

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Bakalářská práce

**Analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu
a jejich vliv na ekologii**

Jakub Novák

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra ekonomiky

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jakub Novák

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu a jejich vliv na ekologii

Název anglicky

Competition analysis of biooil in the East Bohemian region and their impact on ecology

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je posouzení vhodnosti a možností využití bionafty ve zvoleném regionu. Cíl bude naplněn prostřednictvím analýzy výroby jednotlivých druhů bionafty a jejich nákladovosti při získávání. Dále bude analyzována úroveň spotřeby ve vztahu k jejich vlivu na ekologii. Výstupem bude návrh možných opatření ke zlepšení uvedeného procesu.

Metodika

Bakalářská práce se bude skládat z části teoretické a praktické. Podkladem k teoretické části bude obsahová analýza odborných publikací zabývajících se danou problematikou. Ke zpracování praktické části práce budou využity podkladové údaje od výrobců a uživatelů bionafty ve východočeském regionu. Tyto údaje budou zpracovány v podobě časových řad prostřednictvím vhodných ukazatelů. Jako metody ke zpracování a vyhodnocení dat budou využity analýza časových řad a komparace výroby a spotřeby. Dále analýza indikátorů vlivu užití bionafty na ekologii. Výstupem v podobě syntézy získaných poznatků budou možné návrhy ke zlepšení.

Doporučený rozsah práce

30–40 stran

Doporučené zdroje informací

Beck 2006. 121 s. ISBN 80-7179-367-1.

[1] BLAŽKOVÁ, M. Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3.

[2] JOHNSON, G. Exploring corporate strategy. Harlow: Pearson Education, 2005. 1033 s. ISBN 0-273-68734-4.

[3] SEDLÁČKOVÁ, H. BUCHTA, K: Strategická analýza. 2. Vyd. Praha: C. H.

[4] SRDEČNÝ, K. Obnovitelné zdroje energie přehled druhů a technologií. 1. Vyd. Praha: Ministerstvo životního prostředí, 2001, 31 s. ISBN 978-80-7212-518-0.

[5] ŠMERDA, T a kol. Vznětové motory vozidel: biopaliva, emise, traktory. 2. Vyd. Praha: C. Press, 2013, 136 s. ISBN: 978-80-264-0160-5.

Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

Vedoucí práce

prof. Ing. Jaroslav Homolka, CSc.

Elektronicky schváleno dne 6. 10. 2014

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 6. 10. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 09. 03. 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu a jejich vliv na ekologii" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 16. 3. 2015

PODĚKOVÁNÍ:

Tímto velice děkuji Prof. Ing. Jaroslavu Homolkovi, CSc. za pomoc při rozhodování o tématu bakalářské práce, za cenné připomínky, a především za přístup, s jakým mě vedl v průběhu vypracování této práce.

Dále bych rád poděkoval rodině za podporu během mých studií.

Analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu a jejich vliv na ekologii

Competition analysis of biooil in the East Bohemian region and their impact on ecology

Souhrn

Bakalářská práce nesoucí název Analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu a jejich vliv na ekologii je zaměřena na vypracování konkurenční analýzy bionafty pro vybraný podnik ve východočeském regionu. Zachycuje teoretické a praktické poznatky zejména z oblasti konkurence a konkurenční analýzy, její techniky a metody. V praktické části je provedena konkurenční analýza v oblasti bionafty ve východočeském regionu a hodnocení faktorů mající vliv na konkurenční postavení vybrané společnosti, její pozici na trhu a konkurenční výhodu s cílem tvorby doporučení pro další vývoj. Dále je cílem posouzení vhodnosti a možností využití bionafty ve zvoleném regionu. Cíl bude naplněn prostřednictvím analýzy výroby jednotlivých druhů bionafty a jejich nákladovosti při získávání, a analyzování úrovně spotřeby ve vztahu k jejich vlivu na ekologii. Závěrem jsou vyhodnoceny získané poznatky SWOT analýzou a formulovány návrhy a doporučení.

Summary

Bachelor thesis bearing the name Competitive analysis of biodiesel in the region of East Bohemia and their impact on the ecology is focused on elaboration of competitive analysis of biodiesel for the selected firm in the region of East Bohemia. Thesis includes and describes the theoretical and practical knowledge, especially from the field of competition and competitive analysis, its techniques and methods. In the practical part there has been performed a competitive analysis of the biodiesel in the region of East Bohemia and evaluation of factors affecting the competitive position of the selected company, its market position and competitive advantage with the aim of giving recommendations for further development. Another aim is to assess the suitability and possible use of biodiesel in the selected region. The objective will be achieved through the analysis of production of various types of biodiesel and cost within obtaining and analyzing consumption levels in relation to their impact on the environment. Finally, the gathered knowledge is evaluated in SWOT analysis and proposals and recommendations are formulated.

Klíčová slova: FAME, ekologie, bionafta, SWOT analýza, konkurenční výhoda, analýza konkurence, komparace nákladovosti, Porterův model.

Keywords: FAME, ecology, biodiesel, SWOT analysis, competitive advantage, competition analysis, comparison of cost, Porter's five forces model.

OBSAH

Úvod	9
1 CÍL A METODIKA PRÁCE.....	10
1.1 CÍL PRÁCE	10
1.2 METODIKA PRÁCE	10
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA ÚVOD DO PROBLEMATIKY BIOPALIV.....	11
2.1 BIOPALIVA	11
2.2 ROZDĚLENÍ BIOPALIV	11
<i>Biopaliva 1. Generace.....</i>	<i>11</i>
<i>Biopaliva 2. generace.....</i>	<i>12</i>
<i>Biopaliva 3. generace.....</i>	<i>13</i>
2.3 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ A LEGISLATIVNÍ RÁMEC PROBLEMATIKY	13
3 PRODUKCE BIONAFTY	16
3.1 VLASTNOSTI BIONAFTY	16
3.2 VLASTNOSTI PALIV – NORMY DLE ČSN.....	17
4 ANALÝZA KONKURENCE	19
4.1 ANALÝZA OKOLÍ PODNIKU	19
4.2 KONKURENČNÍ ANALÝZA	20
4.3 SWOT ANALÝZA	24
4.4 PORTERŮV MODEL PĚTI SIL	26
5 ANALYTICKÁ ČÁST - PŘEDSTAVENÍ VYBRANÉ SPOLEČNOSTI.....	29
5.1 SPOLEČNOST XY, A. S.	29
<i>Historie a vývoj společnosti XY, a. s.</i>	<i>29</i>
<i>Produktové portfolio</i>	<i>30</i>
5.2 ZPŮSOB URČOVÁNÍ CENY FAME A SMN B30	30
<i>Cenotvorba FAME (B100).....</i>	<i>30</i>
<i>Cenotvorba SMN B30.....</i>	<i>32</i>
6 ANALÝZA KONKURENCE BIONAFTY VE VÝCHODOČESKÉM REGIONU	33
6.1 CHARAKTERISTIKA ODVĚTVÍ BIONAFTY	33
6.2 ANALÝZA OKOLÍ FIRMY VE VÝCHODOČESKÉM REGIONU	33
6.3 ANALÝZA ODVĚTVÍ BIONAFTY VE VÝCHODOČESKÉM REGIONU	34
6.4 KONKURENČNÍ ANALÝZA MALOOBCHODU A VELKOOBCHODU	35
6.5 PORTERŮV MODEL PĚTI SIL	39
7 ANALÝZA VLIVU BIONAFTY V RÁMCI VÝCHODOČESKÉHO REGIONU A JEJICH DOPAD NA EKOLOGII	43
7.1 CERTIFIKACE UDRŽITELNOSTI ISCC	43
7.2 VÝCHODOČESKÝ REGION PĚSTOVÁNÍ ŘEPKY	44
8 KOMPARACE NÁKLADOVOSTI JEDNOTLIVÝCH BIOPALIV	47
8.1 PRODEJ BIOPOVINNOSTI.....	49
8.2 SROVNÁNÍ CEN S KONKURENCÍ	51
<i>Základní ukazatele cen.....</i>	<i>54</i>
9 ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ	56
9.1 KONKURENČNÍ ANALÝZA	56
9.2 KOMPARAČNÍ ANALÝZA NÁKLADOVOSTI BIOPALIV	56
9.3 SWOT ANALÝZA	57
9.4 NÁVRHY A DOPORUČENÍ NA ZLEPŠENÍ.....	59
ZÁVĚR.....	60
POUŽITÁ LITERATURA.....	62
PŘÍLOHY.....	62

SEZNAM TABULEK

TABULKA Č. 1 - KVALITATIVNÍ NORMY NAFTY A BIONAFTY	16
TABULKA Č. 2 - ŽÁDOUCÍ INFORMACE O KONKURENCI.....	21
TABULKA Č. 3 - HODNOCENÍ KONKURENTŮ.....	23
TABULKA Č. 4 - PŘÍKLAD JEDNOTLIVÝCH FAKTORŮ VE SWOT MATICI.....	25
TABULKA Č. 5 – KONSTRUKCE CENY SMN B30	32
TABULKA Č. 6 – HODNOCENÍ KONKURENTŮ V KOMODITĚ SMN B30	38
TABULKA Č. 7 – HODNOCENÍ KONKURENTŮ V KOMODITĚ B100.....	38
TABULKA Č. 8 – SKLADBA ODBĚRATELŮ SPOLEČNOSTI XY, A. S.....	40
TABULKA Č. 9 – SKLADBA DODAVATELŮ SPOLEČNOSTI XY, A. S.....	41
TABULKA Č. 10 – VÝVOJ OSEVNÝCH PLOCH OBILOVIN A ŘEPKY V PARDUBICKÉM KRAJI V LETECH 2005 – 2014 V HA.....	44
TABULKA Č. 11 – VÝVOJ OSEVNÝCH PLOCH OBILOVIN A ŘEPKY V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI V LETECH 2005 – 2014 V HA	45
TABULKA Č. 12– SROVNÁNÍ CEN B0 A B6	47
TABULKA Č. 13 – VÝŠE DOTACE ZA PRODEJ 1 L B100 A VÝŠE ZISKU XY, A. S. Z PRODEJE BIOPOVINNOSTI	49
TABULKA Č. 14 – PLATBA UKLADATELŮ ZA 1 L VYSKLADNĚNÉ ČISTÉ NAFTY	50
TABULKA Č. 15 - JEDNOTLIVÉ ZISKY PŘI RŮZNÝCH PLATBÁCH UKLADATELŮ ZA 1 L ČISTÉ NAFTY PŘI VYSKLADNĚNÝCH 100 L ČISTÉ NAFTY A PŘI RŮZNÉ DOTAČNÍ ÚROVNI	50
TABULKA Č. 16 – SROVNÁNÍ CEN SPOLEČNOSTI XY, A. S. A SPOLEČNOSTI ČEPRO ZA ROK 2014	52
TABULKA Č. 17 – ZÁKLADNÍ UKAZATELE VÝVOJE KONKURENČNÍCH CEN SMN B30 ZA ROK 2014.....	54
TABULKA Č. 18 – ZÁKLADNÍ UKAZATELE VÝVOJE KONKURENČNÍCH CEN B100 ZA ROK 2014	55
TABULKA Č. 19 – SWOT ANALÝZA SPOLEČNOSTI XY, A. S.....	57

SEZNAM OBRÁZKŮ

OBR. Č. 1 – OKOLÍ PODNIKU	20
OBR. Č. 2 - PORTERŮV MODEL	26
OBR. 3– OBCHODNÍ MARŽE (DOTACE) FAME 2014	31
OBR. Č. 4 – ROZLOŽENÍ TRHU MALOOBCHODU PRO VÝCHODOČESKÝ REGION	36
OBR. Č. 5 – ROZLOŽENÍ TRHU VELKOOBCHODU VÝCHODOČESKÝ REGION	37
OBR. Č. 6 – PRŮMĚRNÉ MĚSÍČNÍ DODÁVKY BIONAFTY 2014 L/MĚSÍČNĚ	41
OBR. Č. 7 – PRŮMĚRNÉ MĚSÍČNÍ DODÁVKY 2014 FAME L/MĚSÍČNĚ	42
OBR. Č. 8 - VÝVOJ OSEVNÝCH PLOCH OBILOVIN A ŘEPKY V PARDUBICKÉM KRAJI V LETECH 2005 – 2014 V HA	45
OBR. Č. 9 - VÝVOJ OSEVNÝCH PLOCH OBILOVIN A ŘEPKY V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI V LETECH 2005 – 2014 V HA	46
OBR. Č. 10 - JEDNOTLIVÉ ZISKY PŘI RŮZNÝCH PLATBÁCH UKLADATELŮ ZA 1 L ČISTÉ NAFTY PŘI VYSKLADNĚNÝCH 100 L ČISTÉ NAFTY A PŘI RŮZNÉ DOTAČNÍ ÚROVNI	51
OBR. Č. 11 – CENOVÝ ROZDÍL SMN B30 A B100 XY, A. S. VERSUS ČEPRO ZA ROK 2014	53

SEZNAM ZKRATEK

ČR	Česká republika
Kč	Koruna česká
EU	Evropská unie
Sb.	Sbírka zákonů
SWOT	strengths, weaknesses, opportunities, threats analysis
tzv.	tak zvaný
DPH	daň z přidané hodnoty
Zákon č.	zákon číslo
FO	fyzická osoba
PO	právnícká osoba
a. s.	akciová společnost
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
FAME	fatty acid methylester
B100	bionafta 100 % biosložky
SMN B30	směsná motorová nafta 30 % biosložky
CFPP	Cold Filter Plugging Point
l	litr
ISCC	international sustainability & carbon certification
Kč/l	korun českých za 1 litr
ČSN	česká státní norma
SPD	spotřební daň
ČSN EN ISO	česká technická norma evropská norma International Organization for Standardization
RME	rapeseed methyl ester
EN	evropská norma
MJ/kg	megajoul/kilogram
MJ/l	megajoul/litr
USD	americký dolar
CO ₂	oxid uhličitý

Úvod

Doprava představuje velmi důležitou součást našeho každodenního života, zabezpečení jejího fungování má vliv na kvalitu života každého jednotlivce. V posledních letech je patrný růst počtu automobilů nejen v České republice, ale samozřejmě i celosvětově. S rostoucí životní úrovní a tím tedy rozvojem dopravy jsou však také doprovázeny i negativními vlivy, jako je především znečišťování životního prostředí a závislost na ropě – *jako neobnovitelného zdroje*. Studie a výzkumy v posledních letech ukazují stále větší význam možné náhrady ropy – tzv. *biopaliva*. Jde o obnovitelné zdroje energie, které jsou dostupné i v klimatických podmínkách evropského kontinentu. V současné době má také velký význam ve spojení s biopalivy ekologický potenciál bionafty, který se snaží především eliminovat skleníkové plyny způsobené dopravou. Mezi další primární faktory, které jsou s pozitivními efekty biopaliv je zejména snaha zefektivnit fungování zemědělských trhů a zajistit ekonomický rozvoj zemědělských částí Evropy.

Využívání FAME v dopravě velice významně snižuje produkované množství skleníkových plynů do ovzduší, je udáváno až o 50 % méně než u fosilních paliv. Do emisí skleníkových plynů se zahrnuje veškerá výroba FAME tedy i veškeré emise, které vznikají při pěstování biomasy, emise vzniklé při zpracování suroviny na palivo a emise produkované při spalování paliva, tj. celý životní cyklus.

Jednou z mnoha možností je používání biopaliv, v případě nákladních vozidel bionafty. Jak SMN B30, tak i B100 přináší uživatelům s vysokou spotřebou výrazné úspory, na druhou stranu mají tato paliva i svá negativa. Společnosti i jejich zaměstnanci se je musí naučit používat, protože obecně vyžadují více kontroly a servisu než klasická nafta, což kromě jiného klade časové nároky. V současné době se přimíchává do veškeré běžné motorové nafty biosložka do 6 % objemu. Čistá biopaliva jsou osvobozena kvůli nižší produkci emisí od spotřební daně, u směsných paliv s vysokým obsahem biosložky je pak od daně osvobozen její podíl, proto je bionafta levnější než klasická motorová nafta.

Bakalářská práce se skládá z části teoretické a praktické. Teoretická část vychází z odborné literatury zabývající se problematikou biopaliv, ekologie a analýzy konkurence. Praktická část bude zpracována na základě reálných dat ze společnosti XY, a. s. – zejména ceníků a interních materiálů, dat agrární komory a dat o konkurenčních společnostech z východočeského regionu a rozhovorů s vedením společnosti. Veškeré údaje budou zpracovány v podobě časových řad a podrobeny důkladné analýze.

1 CÍL A METODIKA PRÁCE

1.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je posouzení vhodnosti a možností využití bionafty ve zvoleném regionu. Cíl bude naplněn prostřednictvím analýzy výroby jednotlivých druhů bionafty a jejich nákladovosti při získávání. Dále bude analyzována úroveň spotřeby ve vztahu k jejich vlivu na ekologii. Výstupem bude návrh možných opatření ke zlepšení uvedeného procesu.

Z analýzy trhu budou určeny silné a slabé stránky analyzované společnosti a definování konkurenčních výhod a určení návrhů na zlepšení. Dále je cílem práce zjistit, která komodita se jeví pro analyzovaný podnik jako nejvýhodnější nejen z hlediska ekonomického, ale také s ohledem na ekologii.

Základní hypotézou bakalářské práce zní, zda neustálý vývoj analyzované společnosti vede k získání konkurenční výhody na trhu oproti ostatním společnostem.

1.2 Metodika práce

Při zpracování této bakalářské práce s názvem Analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu autor vycházel převážně ze zákonů, norem a vyhlášek z celé řady knižních publikací domácí a zahraniční literatury, které jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Práce se také opírá o publikace v odborných časopisech v tištěné i elektronické podobě, které se dotýkají dané problematiky. Dalším zdrojem této práce je celá řada interních materiálů společnosti XY, a. s. a také podkladové údaje od výrobců a uživatelů bionafty ve východočeském regionu.

Primárními metodami použitými při zpracování bakalářské práce je metoda literární rešerše formou kompilace a metoda interpretace právních předpisů. Další metodou je analýza získaných informací z uvedených pramenů a syntéza získaných poznatků. V praktické části se používá metoda analýzy konkurence a dále zhodnocení podkladových údajů od výrobců a uživatelů bionafty ve východočeském regionu. Následně tyto údaje budou zpracovány v podobě časových řad prostřednictvím vybraných ukazatelů. Jako metody ke zpracování a vyhodnocení dat bude využita analýza časových řad a komparace výroby a spotřeby. Dále analýza indikátorů vlivu užití bionafty na ekologii. Výstupem v podobě syntézy získaných poznatků budou možné návrhy ke zlepšení.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA ÚVOD DO PROBLEMATIKY

BIOPALIV

V této části bakalářské práce nesoucí název Analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu a jejich vliv na ekologii se bude autor blíže zabývat základními pojmy dané problematiky. Vybrané pojmy budou velmi často zmiňovány v následujících kapitolách, tedy vymezení těchto pojmů je nutnou podmínkou pro další výklad a pochopení souvislosti analyzování problémů.

2.1 Biopaliva

Za biopaliva jsou označovány paliva vyrobená z obnovitelného rostlinného nebo živočišného původu. V rámci hypotézy o globálním oteplování jsou biopaliva velmi výhodná, jejich příspěvek ke zvyšování koncentrace CO₂ je považován za nulový. Na rozdíl od fosilních paliv, u kterých docházelo k zachycování CO₂ před stovkami milionů let a dnes jsou ve velkém objemu uvolňována, současné rostliny pohltily CO₂ teprve nedávno a tudíž jejich příspěvek je téměř nulový. V ČR se pod pojmem biopaliva rozumí především ethanol a FAME neboli methylestery mastných kyselin. Kromě 100 % biopaliv, jsou u nás produkována a používána směsná biopaliva na bázi fosilních paliv s příměsí biopaliv. Pak se jedná o paliva s biosložkou. [15]

2.2 Rozdělení biopaliv

Biopaliva 1. Generace

V dnešní době jsou uplatňována paliva 1. generace, mezi které se řadí především FAME methylestery mastných kyselin, vyráběné z nejrůznějších rostlin. V Evropě a především v Čechách se jedná především o RME – řepkový ester, ale můžeme se setkat i z estery z palmového, slunečnicového nebo sojového oleje. Jako další hojně využívané palivo se v ČR je Bioethanol vyráběný z cukerných nebo škrobových plodin, tj. z cukrové třtiny, obilí, cukrové řepy nebo brambor. [11]

Bionafta

Bionafta je nejrozšířenějším biopalivem na území ČR. V naší oblasti se produkuje z řepky olejky, v Americe se produkuje především z kukuřice a sóji, v Asii z palmového oleje, u kterého je velká snaha ho dovážet na český trh. Jako budoucí rostlina pro použití

na bionaftu se jeví především dávivec černý, protože může být pěstován na půdách, kde se jiné rostliny neuchytí, tudíž by nevytlačoval potravinářské využití. [11]

Ze sklizené plodiny se extrahuje olej, který je následně transesterifikován metanolem za přítomnosti katalyzátoru na metylester. Jako vedlejší produkt z extrakce vychází výlisky, které se využívají jako krmivo pro dobytek a z transesterifikace vzniká glycerol, který se využívá ve farmaceutickém průmyslu. Výsledný produkt se po kompletní přeměně svými parametry velice blíží motorové naftě. V Česku je povinnost dle platné legislativy přimíchávat 6 % biosložky v celkovém poměru ke spotřebované naftě. [11]

Bioetanol

Základem pro výrobu může být jakákoli biomasa s dostatečným obsahem cukru nebo látek, které lze na cukr převést (škrob, celulóza). V ČR a obecně Evropě se nejvíce využívají cukrová řepa, obilniny a brambory, naproti tomu v Brazílii nejvíce cukrová třtina a v USA kukuřice. [12]

Výroba bioetanolu z plodin, které obsahují cukr, probíhá zkvašením pomocí kvasinek. Ze vzniklé páry se pak destiluje, čímž se dostaneme na 96 % lihovosti, která se pak následně ještě musí odvodnit pomocí molekulových sít, čímž se dosáhne přijatelné lihovosti až 99,99 %. Při výrobě z látek obsahujících škrob se nejprve musí škrob převést působením enzymů na sacharidy. Jako vedlejší produkt vznikají lihovarnické výpalky, které se používají jako krmivo pro dobytek. [15]

Biopaliva 2. generace

Biopaliva 2. generace neobsahují už potravinářské plodiny a na rozdíl od 1. generace využívají lesní biomasu, zemědělský odpad a hlavně energetické rostliny.

Energetické plodiny druhé generace mají několikanásobně vyšší potenciál než generace první. Technologický proces je mnohem náročnější, obvykle se používají dva druhy zpracování, jedním je Fischer-Tropschova syntéza a druhou metodou je využití celulolytických enzymů, které naštěpí celulózu na směs oligosacharidů, které je možno nechat zfermentovat pomocí mikroorganismů. [15]

Největší budoucnost je přisuzována butanolu, který je až o 30 % výhřevnější než bioetanol.

Biopaliva 3. generace

Biopaliva 3. generace jsou označována jako kapalná i plynná získávané pomocí mikroorganismů a použitelná ideálně přímo nebo jen s mírnými úpravami. Nejvhodnější palivo 3. generace se prozatím jeví určité typy řas, jejich výtěžnost oproti řepce dosahuje 10-ti násobku. Jako další možnost je využít geneticky modifikovaných rostlin, s vysokým obsahem celulózy oproti ligninu, čímž se zefektivní výroba. [20]

2.3 Vymezení základních pojmů a legislativní rámec problematiky

FAME

FAME - metylestery mastných kyselin (fatty acid methylester) je univerzální název pro všechny methylestery z nejrůznějších plodin. [11]

Bionafta

“Vyrábí se z oleje, nejčastěji řepkového. Využít lze ale i jiné olejnaté plodiny, např. slunečnici, sóju. Použit se dá i upotřebený fritovací olej, palmový olej aj. Působením katalyzátoru a vysoké teploty se řepkový olej mění na metylestery řepkového oleje (MEŘO), který se nazývá “bionafta první generace”.[[12], str. 20]

SMN B30 – dle definice Miroslava Bažaty

“SMN B30 je směsná motorová nafta s nejméně 30 objemovými procenty MEŘO, definovaná normou ČSN 65 6508 (2009), zpracovanou ve VÚZT, v. v . i., v Praze.” Na rozdíl od B100 není možné přimíchávat jiné methylestery mimo těch řepkových. V případě přimíchání FAME, by se z pohledu zákona nejednalo o SMN B30 a nebyla by umožněna snížená sazba daně. [[12], str. 19]

Ekologie

Ekologie – je věda zabývající se vztahy mezi živými organismy a prostředím v němž žijí. Poprvé byl pojem ekologie uveden v roce 1866 německým zoologem Haeckelem, který svými pokusy prokázal, že změny prostředí vyvolají změnu žijících organismů v něm. [10]

Ekosystém

Ekosystém – je ekologický systém pojem označující určitý celek, který je složený ze složek, které se navzájem ovlivňují. Který je sám o sobě, vlastními mechanismy

schopný udržet se v rovnováze a kompenzovat zásahy z vnějšího okolí alespoň do určité míry. [10]

Definice dle zákona o životním prostředí: *„Ekosystém je funkční soustava živých a neživých složek životního prostředí, jež jsou navzájem spojeny výměnou látek, tokem energie a předáváním informací a které se vzájemně ovlivňují a vyvíjejí v určitém prostoru a čase.“* [27]

Daňový sklad v České republice

„Daňovým skladem je podle § 3 písm. f) zákona o SPD, prostorově ohraničené místo na daňovém území České republiky, ve kterém provozovatel daňového skladu za podmínek stanovených zákonem o SPD vybrané výrobky vyrábí, zpracovává, skladuje, přijímá nebo odesílá, pokud tento zákon nestanoví jinak, přičemž hranice takového místa nesmějí být přerušeny s výjimkou případu, kdy tímto místem prochází veřejná komunikace; celní ředitelství může stanovit, že určité objekty a plochy tohoto místa nejsou jeho součástí.“ [26]

Trvale udržitelný rozvoj

Trvale udržitelný rozvoj – definovala Světová komise pro životní prostředí a rozvoj v roce 1987. Zdůvodnila to jako odpověď na otázku, jak se má lidská společnost chovat, aby nebylo nadále degradováno životní prostředí a aby nepoškozovalo samo sebe. [10]

Definice dle zákona o životním prostředí: *„Trvale udržitelný rozvoj společnosti je takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů.“* [27]

Emise

Obecně může jít o jakékoli látky vypouštěné ze zařízení do vnějšího prostoru. V rámci životního prostředí se s tímto pojmem nejčastěji uvažuje o látkách vypouštěných do ovzduší. Emise je důležité rozlišovat od imisí, což jsou látky, které vzniknou až přeměnou a reakcí s dalšími látkami v ovzduší. [10]

Enviromentální dopad

Environmentální dopad – je přímo definován v normě ČSN EN ISO 14001 jako: *„jakákoli změna v životním prostředí, ať nepříznivá či příznivá, která je zcela nebo částečně způsobena činností, výrobky či službami organizace“*. [25]

Legislativní rámec

V roce 2014 je snižena sazba spotřební daně na 7,665 Kč/litr oproti běžné ceně 10,95 Kč/l za motorovou naftu. [24]

Spotřební daň a možnost míchání SMN B30 je definována v Předpisu č. 353/2003 Sb. Zákon o spotřebních daních, část druhá – Paragraf 45 - 2c *“směsi minerálních olejů uvedených v odstavci 1 písm. b) určené jako palivo pro pohon vznětových motorů s metylestery řepkového oleje splňujícími kritéria udržitelnosti biopaliv, přičemž podíl tohoto metylesteru řepkového oleje musí činit nejméně 30 % objemových všech látek ve směsi obsažených“* [25]

B6 – jedná se o naftu, do které je přimícháno 6 % biosložky (FAME). Na tuto komoditu je uvalena spotřební daň ve výši 10,95 Kč/litr.

B0 – jedná se o naftu, do které není přimícháno žádné biopalivo. Na tuto komoditu je také uvalena spotřební daň ve výši 10,95 Kč/litr.

B100 – jedná se o čisté FAME bez příměsi nafty. Je osvobozena od spotřební daně za podmínky užívání pro pohon motorových vozidel a od 12. 1. 2012 na biopaliva, která udržují kritéria udržitelnosti a jsou certifikovaná. Především standardem ISCC. [15]

3 PRODUKCE BIONAFTY

Přímo ve východočeském regionu výroba bionafty neprobíhá. V rámci České republiky je několik zpracovatelů, kteří produkují bionaftu, mezi něž patří

1. FAME Ústí nad Labem 100 000 tun/rok
2. Preol (Agrofert), Lovosice - 100 000 tun/rok
3. Agropodnik Jihlava - 68 000 tun/rok
4. Primagra (Agrofert), Milín - 38 000 tun/rok [19]

Všechny tyto podniky produkují RME, které je u nás přímo podporováno pro výrobu SMN B30. Mimo těchto podniků existuje Liberecký podnik Oleo Chemical a.s., který už vyrábí palivo 2. generace z odpadních tuků z potravinářského průmyslu a dalších odvětví, jeho vývoz jde především do zahraničí, kde se uplatní díky legislativě, která umožňuje jeho přimíchávání do nafty. [19]

Veškerá zemědělská produkce v tomto odvětví ve východočeském regionu zahrnuje pouze pěstování řepky olejky.

3.1 Vlastnosti bionafty

Vlastnosti paliv na bázi oleje lze rozdělit do dvou skupin na charakteristické a variabilní. Charakteristické jsou pro každý olej specifické. Patří mezi ně hustota, bod vzplanutí, kinematická viskozita, výhřevnost, cetanové číslo, obsah síry nebo jodové číslo. Variabilní znaky jsou ovlivňovány mnoha okolnostmi, mezi které může patřit odrůda, skladování, pěstování. Mezi tyto parametry můžeme zařadit počet nečistot, číslo kyselosti, oxidační stabilita, obsah fosforu, obsah magnézia a obsah vápníku. Následující tabulka nesoucí název Kvalitativní normy nafty a bionafty nám prezentuje dané EN normami mezi naftou, meřem a SMN B30. [12]

Tabulka č. 1 - Kvalitativní normy nafty a bionafty

Parametr	Jednotka	MEŘO EN 14214	SMN B30 ČSN 65 6508	Mot. nafta EN 590	Zkušební metoda
Cetanové číslo		min. 51,0	min. 51,0	min. 51,0	EN ISO 5165 EN 15195
Cetanový index		-	min. 46,0	min. 46,0	EN ISO 4264
Hustota	kg/m ³	860-900	820,0-860,0	820,0-845,0	EN ISO 3675 EN ISO 12185
Polycyklické aromatické	% (m/m)	-	max. 8,0	max. 8,0	EN 12916

uhlodíky					
Obsah síry	mg/kg	max. 10,0	max. 10,0	max. 10,0	EN ISO 20846 EN ISO 20884
Bod vzplanutí	°C	min. 101	nad 55	nad 55	EN 2719
Karbonizační zbytek	% (m/m)	-	0,30	0,30	EN ISO 10370
Obsah popela	% (m/m)	max. 0,02	max. 0,01	max. 0,01	EN ISO 6245
Obsah vody	mg/kg		max. 300	max. 200	EN ISO 12937
Celkový obsah nečistot	mg/kg	max. 24	max. 24	max. 24	EN 12662
Korozivní působení na měď	stupeň koroze	třída 1	třída 1	třída 1	EN ISO 2160
Obsah methyleterů mastných kyselin	% (V/V)	min. 96,5	min. 30,0	max. 7,0	EN 14078
Oxidační stabilita	g/m ³ h	min. 8	16-25	20-25	EN ISO 12205 EN 1575
Mazivost, korigovaný průměr oděrové plochy při 60°C	μm	-	max. 460	max. 460	EN ISO 12156-1
Viskozita při 40°C	mm ² /s	3,50-5,00	2,00-4,50	2,00-4,50	EN ISO 3104
Destilační zkouška					EN ISO 3405
při 250°C predestiluje	% (V/V)	-	<65	<65	
při 350°C predestiluje	% (V/V)	-	min. 85	min. 85	
95% predestiluje při	°C	-	max. 360	max. 360	
Obsah fosforu	mg/kg	max. 4,0	max. 2,0	-	EN 14107
Číslo kyselosti	mg KOH/g	max. 0,5	max. 0,2	-	EN 14104

Zdroj: vlastní zpracování upraveno podle [16]

3.2 Vlastnosti paliv – normy dle ČSN

Hustota – je poměrem jednotky hmotnosti na jednotku objemu při určité teplotě. V případě kapalin využívaných pro pohon motorových vozidel je dle norem ČSN EN 590 využita hustota při 15°C.

Bod vzplanutí – vyjadřuje teplotu kapalného paliva, při které lze zapálit směs jeho par se vzduchem za normálního tlaku v uzavřené nádobě.

Kinematická viskozita – je závislá na teplotě a tlaku kapaliny, vyjadřuje velikost vnitřního tření kapaliny. Viskozita má u vozidla vliv na čerpatelnost, vstřikování a filtrovatelnost. Snahou je ji snížit na co nejmenší hodnoty.

Výhřevnost – vyjadřuje energii uvolněnou shořením jednotky paliva MJ/kg nebo MJ/l. Výhřevnost se u MEŘA pohybuje zhruba o 10 % níže než u motorové nafty, což je způsobeno především obsahem kyslíku 10-11 %, který se v motorové naftě nenachází.

Cetanové číslo – ovlivňuje za, jak dlouhou dobu se palivo po vstříknutí do spalovacího systému vznítí. Čím je kratší doba kratší, tím později je možno vstříkovat palivo před ukončením komprese.

Destilační křivka – vyjadřuje objem paliva, které se pomocí destilace dostane do plynného stavu s rostoucí teplotou. Počátek destilace je různý a u MEŘA dosahuje 350°C a u nafty 170°C.

Obsah síry – oleje se na rozdíl od nafty vyznačují nízkým obsahem síry. Síry negativně ovlivňují účinnost zařízení, a proto se snaží dosahovat, co nejmenšího podílu.

Celkové znečištění – vyjadřuje celkový podíl cizích látek přítomných v kapalině.

Oxidační stabilita – vyjadřuje odolnost proti chemickému rozpadu, při dlouhodobém skladování paliva.

Číslo kyselosti – je podíl pro maximální množství volných mastných kyselin.

Obsah fosforu – fosfor zmenšuje oxidační stabilitu a mají sklon k nasycování vody a tím ke zvětšování objemu. Fosfor vede k tvorbě usazenin ve spalovací soustavě a výfukových ventilech.

Obsah vody – přítomnost vody nad stanovenou normu je velice nežádoucí, jejím působením dochází ke korozní činnosti, tvoří se v ní mikroorganismy, které společně s volnými mastnými kyselinami urychlují proces stárnutí, a tím dochází k omezené době skladování. [16]

4 ANALÝZA KONKURENCE

Ekonomický rozvoj v tržní ekonomice je neodmyslitelně spjat s pojmem konkurenceschopnost jako primárního měřítka dlouhodobé úspěšnosti podniků a rovněž státu a jeho jednotlivých regionů. Rostoucí význam konkurenceschopnosti logicky souvisí s prohlubováním globalizace světové ekonomiky, kde v tomto rámci spolu jednotlivé podniky, země a regiony soutěží v získávání, využívání a udržování všech druhů základních výrobních zdrojů. Pojem analýza konkurence je definována:

„Analýza konkurence představuje proces identifikace klíčových konkurentů – hodnocení jejich cílů, strategií, silných a slabých stránek a typických reakcí; volba konkurentů, které lze ohrozit a kterým je třeba vyhnout.“ [[6], str. 568]

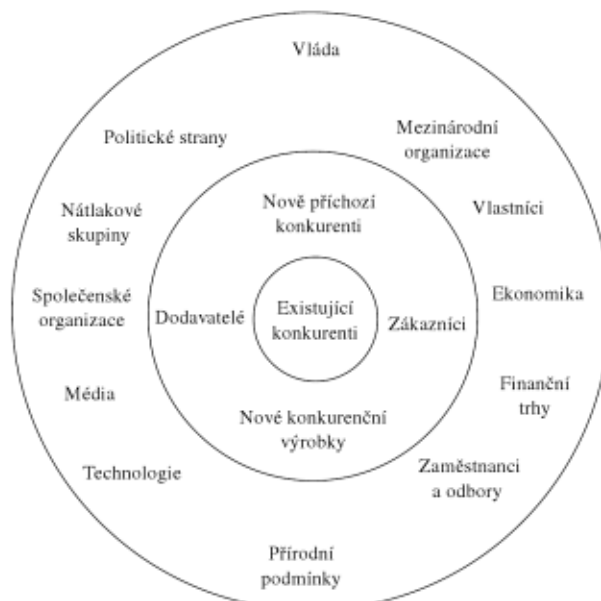
Konkurenční analýza se zabývá srovnáváním naší pozice vzhledem k relativní konkurenci. Úspěch je zaznamenán, jestliže konkurent nezajistí zákazníkovo přání stejným způsobem jako my. Cíle analýzy konkurence představuje vytvoření informační báze, která umožňuje předvídat akce konkurence. Analýza konkurence zahrnuje analýzu všech informací o konkurenčním podniku, které jsou podstatné pro vlastní rozhodování ve strategickém plánování. [3]

4.1 Analýza okolí podniku

Analýza okolí se soustředí na faktory, které působí v okolí podniku a ovlivňují a v budoucnu budou pravděpodobně ovlivňovat jeho strategické postavení. Analýza se zejména zaměřuje na vlivy trendů jednotlivých složek makrookolí a mikrookolí a jejich vzájemné vazby a souvislosti, jak prezentuje obrázek okolí podniku. S rozvojem vědy, techniky, technologií, obchodu, komunikace, informačních systémů, infrastruktury a globálních aspektů se rozměr a důležitost okolí pro dílčí podniky zásadně rozšířil. Svět je v současné době významně propojený, cokoliv se stane kdekoli na světě, se odráží velmi rychle do výsledků kterékoliv podniku. [11]

Analýza okolí podniku zkoumá vývoj všeobecných vnějších faktorů, které ovlivnily minulé, současné chování a pozici podniku a o nichž lze předpokládat, že budou mít významnou roli v budoucnosti. Důležitý je globální systémový přístup zahrnující celosvětový politický, ekonomický, vědecko-technický, demografický, ekologický, právní a sociální vývoj. [11]

Obr. č. 1 – Okolí podniku



Zdroj: upraveno podle [11]

Okolí podniku je složeno z takových prvků vně podniku – státní orgány, legislativa, finanční instituce, zákazníci, konkurence, dodavatelé i samotní lidé.

„Analýza vnějšího prostředí by měla být zaměřena především na odhalení vývojových trendů působících ve vnějším prostředí (ve společnosti, v ekonomice), které mohou firmu v budoucnu významněji ovlivňovat. „ [11]

4.2 Konkurenční analýza

Konkurenční analýza musí vymezovat relevantní konkurenční data o silných a slabých stránkách nejen nejsilnějšího konkurenta, ale i o data o konkurentech malých a slabých. Konkurenční analýza se většinou sestává ze čtyř oblastí a obsahuje analýzu budoucích cílů, současné strategie, mínění a schopnosti konkurentů. Znalost těchto elementárních prvků zakládá a zdůrazňuje dle M. Portera předpovědi o reaktivním profilu konkurentů, ze kterého lze odvodit:

- Do jaké míry je konkurent spokojen se svou nynější situací?
- Jaké budoucí změny v chování lze od něj očekávat?
- Ve kterých oblastech vykazuje konkurent slabiny?
- S jakými reakcemi konkurentů na vlastní opatření lze počítat? [7]

Analýza konkurence je započata identifikací hlavních konkurentů. Zde je nutné zhodnotit schopnosti, cíle, strategie, zdroje, silné a slabé stránky každého z nich. A snažíme si zodpovědět otázky, které jsou uváděny v tabulce Žádoucí informace o konkurenci, zde platí, čím více odpovědí nalezneme, tím lepší analýzu můžeme provést. Srovnáváme, jak se liší schopnosti jednotlivých konkurentů a jak je který konkurent schopen uspokojit stejně potřeby zákazníků na daném trhu. Samozřejmostí je také, že musíme předvídat současně i budoucí možné strategie našich konkurentů. Nutností je také vědět, jak konkurenti pravděpodobně zareagují na naše strategie a aktivity. Dále je nutné znát vliv jednotlivých faktorů na tržní pozici naší firmy. Nesmíme pouze uvažovat o jednotlivých faktorech izolovaně, ale jen jako o celku, neboť jen tehdy jsme schopni zjistit celkový vliv. Dalším krokem je navržení případných aktivit a strategií, které nám pomohou získat konkurenční výhodu oproti ostatním a pomohou nám zareagovat na budoucí konkurenční strategii. [11]

Požadované informace o konkurenci, které pomohou firmě při plánování, reprezentuje následující tabulka číslo 2 Žádoucí informace o konkurenci.

Tabulka č. 2 - Žádoucí informace o konkurenci

Co podniky zřejmě vědí o svých konkurentech	Co by podniky rády věděly o svých konkurentech
Celkové prodeje a zisky	Prodeje a zisky podle výrobků hlavních značek
Prodeje a zisky podle trhů	Relativní náklady
Tržní podíly	Spokojenost zákazníků a úroveň služeb
Organizační uspořádání	Míra návratnosti zákazníků
Systém distribuce	Náklady na distribuci
Vedení firmy a jejich podíly	Strategie nových výrobků
Profil zákazníků/spotřebitelů a jejich postoje	Velikost a kvalita databáze zákazníků
	Efektivita reklamy
	Strategie budoucích investic
	Smluvní podmínky s hlavními dodavateli
	Podmínky strategických partnerství

Zdroj: upraveno podle [1]

Při analýze konkurence je nutné si klást zejména tyto otázky:

- Jak intenzivní je konkurence?
- Kdo jsou naši konkurenti?
- Jaké jsou jejich tržní podíly?
- Jaký je profil našich konkurentů?
- Jaké je pojetí našich konkurentů v myslích zákazníků?
- Jak chtějí být naši konkurenti vnímáni na trhu?
- Jaké jsou současně cíle našich konkurentů a jak se zřejmě změní?
- Jaké strategie mají naši konkurenti a jak jsou úspěšné?
- Co jsou silné a slabé stránky našich konkurentů?
- Jaké hrozby pro nás naši konkurenti představují?
- Jakou jsou odvetná opatření od konkurentů?
- Jak vypadá konkurenční nabídka výrobků a služeb trh?
- Jaké ceny mají naši konkurenti?
- Na čem je založen úspěch prodeje u našich konkurentů?
- Jak konkurenti distribuují výrobky?
- Jak konkurenti reagují na hrozby?
- Jaké je technologické vybavení našich konkurentů?
- Jaké inovace či zlepšení výrobku byly konkurencí v poslední době uvedeny na trhu?
- Jak se odlišují úspěšní konkurenti od těch méně úspěšných?
- Co se píše o konkurenci v odborném a ekonomickém tisku u nás i ve světě?

Do jaké míry využívají konkurenti podobné výhody a zdroje jako my? [1; str. 63]

Způsob hodnocení konkurentů

Jestliže firma ví, kdo jsou její konkurenti a definovala si, jaké faktory bude sledovat, může použít pro hodnocení jednotlivých konkurentů např. způsob, které reprezentuje tabulka hodnocení konkurentů

Tabulka č. 3 - Hodnocení konkurentů

Faktor	Konkurent				Pořadí
	1	2	3	4	
Objem prodeje					
Tržní podíl					
Ceny					
Počet výrobků					
Náklady					
.....					

Zdroj: upraveno podle [1]

V tabulce použijeme bodovou stupnici 1 až 10, a konkurent, který dosáhne nejvyšší hodnoty, pro nás představuje největší hrozbu. Právě tuto jednoduchou metodu bude autor aplikovat v praktické části této práce, pro výběr relevantních konkurentů zvoleného podniku. [1]

Analýza trhu

Analýza trhu je předpokladem k správného podnikohospodářskému rozhodnutí. Jedná se o předpoklad k tomu, aby se podniky správně orientovaly na své cíle a aktivity na trh. Při analýze trhu je nutné věnovat pozornost nejen poptávkové straně ale také i straně nabídkové, tedy jak a v jakém rozsahu uspokojuje existující nabídka na trhu potřeby zákazníků. Právě k tomuto je nutné správně určit relevantní konkurenty. „*To je na jedné straně otázka ohraničení relevantního trhu konkurenční skupiny, tzv. clustery, s jejímiž členy může být intenzita konkurence v jednotlivých případech rozdílná.*“ [1; str. 55] Marketingovým úspěchem na identifikovaném relevantním trhu je primárně uspokojit potřeby spotřebitelů lépe, než to dělá konkurence.

Konkurenční výhoda

Konkurenční výhoda představuje jádro výkonnosti na trzích, na kterých existuje konkurence a vyrůstá z hodnoty, kterou je podnik schopen vytvářet pro své zákazníky. Způsobem k získání a udržení zákazníků je lepší porozumění jejich potřebám, nákupním metodám a zvyklostem. Podniky získávají konkurenční výhodu tehdy, když nabízejí spotřebitelům více výhod, tj. vyšší hodnotu než konkurence – jedná se buď o nižší ceny, nebo o vyšší užitek, který je odůvodněním vyšší ceny. [11]

Podniky budují strategii s cílem získat konkurenční výhodu, která vede k odstranění rivalů a dosažení nadprůměrné tvorby hodnoty. K udržení konkurenční výhody v daném mikrookolí je důležité zvolit vhodnou strategii.

V rámci této bakalářské práce bude blíže popsána SWOT analýza a Porterův model pěti sil.

4.3 SWOT analýza

SWOT analýza představuje jednoduchý nástroj s koncepčním rámcem pro systematickou analýzu, zaměřeným na charakteristiku klíčových faktorů ovlivňujících strategické postavení daného podniku. Jedná se o přístup nepřetržité konfrontace vnitřních zdrojů a schopností podniku se změnami v jeho okolí. [11]

SWOT neboli analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb se sestává z původně dvou analýz, a to analýzy SW a analýzy OT. Analýzy OT – příležitostí a hrozeb, které přicházejí z vnějšího prostředí firmy, a to jak makroprostředí (faktory politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní, technologické), tak i mikroprostředí (zákazníci dodavatelé, odběratelé, konkurence, veřejnost). Po ukončení analýzy OT by měla následovat analýza SW, která obsahuje analýzu vnitřního prostředí firmy (cíle, systémy, procedury, firemní zdroje, materiální prostředí, firemní kultura, mezilidské vztahy, organizační struktura, kvalita managementu a další). [6]

Tato metoda je definována mnoha autory, např.:

- „*Výtah zjištění interních a externích auditů, který upozorňuje na klíčové silné a slabé stránky organizace, ale také na příležitosti a hrozby, jímž firma čelí.*“ [9; str. 56]
- *SWOT analýza je jednoduchým nástrojem, koncepčním rámcem pro systematickou analýzu, zaměřeným na charakteristiku klíčových faktorů ovlivňujících strategické postavení podniku.*“ [10; str. 91]

Název SWOT analýzy je odvozen z počátečních písmen anglických názvů a to sice:

- S = Strengths = silné stránky
- W = Weaknesses = slabé stránky
- O = Opportunities = příležitosti
- T = Threats = hrozby [2]

Silné stránky – jedná se o ty interní faktory, díky nimž má firma silnou pozici na trhu. Řadíme sem oblasti, ve kterých je firma dobrá a může jej použít jako podklad pro stanovení konkurenční výhody. Jedná se zejména o posouzení podnikových schopností, zdrojových možností a potenciálu.

Slabé stránky – představuje přesný opak silných stránek podniku. Podnik není v něčem dobrý, úroveň jednotlivých faktorů je nízká, někdy nedostatek určité silné stránky znamená slabou stránku, což brání efektivnímu výkonu firmy. [11]

Příležitosti – jsou reprezentovány možnostmi, s jejichž realizací stoupají vyhlídky na růst či lepší využití disponibilních zdrojů a účinnější splnění cílů. Příležitosti zvýhodňují podnik vůči konkurenci. Podnik může využívat a počítat s příležitostmi, jedině tehdy pokud je dokáže správně identifikovat.

Hrozby – jedná se o nepříznivou situaci či změnu v podnikovém okolí znamenající překážky pro činnost. Mohou znamenat hrozbu úpadku či nebezpečí neúspěchu. Podnik musí rychle reagovat odpovídajícím způsobem, aby je odstranil či minimalizoval. [11]

Tabulka č. 4 - Příklad jednotlivých faktorů ve SWOT matici

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> - Silná značka - Dobré povědomí mezi zákazníky - Cenová výhoda díky know-how - Exkluzivní přístup k přírodním zdrojům - Aktivní přístup k výzkumu a vývoji 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nedostatek marketingových zkušeností - Špatné umístění firmy - Špatná reputace mezi zákazníky - Nedostatečný přístup k distribučním cestám - Vysoké náklady
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nové technologie - Nenaplněné potřeby zákazníků - Odstranění mezinárodních bariér - Rozvoj nových trhů - Akvizice, joint venture 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vstup nových konkurentů na trh - Konkurenti s nižšími náklady, lepším výrobkem - Nová regulační opatření, daňové zatížení - Změny v zákaznickových preferencích - Zavedení obchodních bariér

Zdroj: upraveno podle [11]

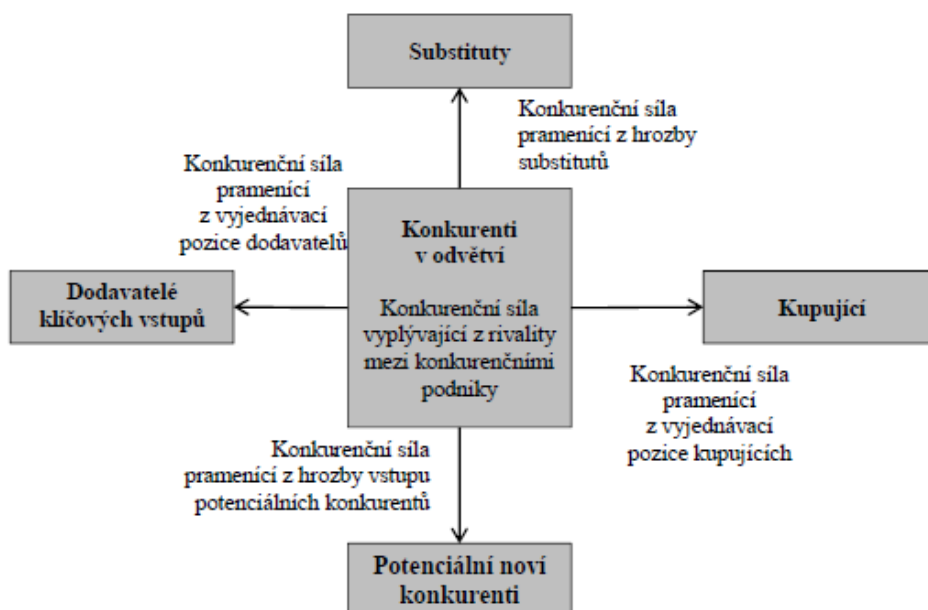
Metoda vychází z předpokladu, že organizace dosáhne strategického úspěchu maximalizací předností a příležitostí a minimalizací nedostatků hrozeb. SWOT je pro tvůrce strategických plánů užitečná v mnoha směrech:

- Poskytuje manažerům logický rámec pro hodnocení současné a budoucí pozice jejich organizace.
- Může být prováděna periodicky, aby manažery informovala o tom, které interní nebo externí oblasti nabyly nebo naopak ztratily na významu vzhledem k podnikovým činnostem.
- Vede ke zlepšení výkonnosti organizace. [11]

4.4 Porterův model pěti sil

Primárním úkolem manažerů je analyzovat konkurenční síly v mikrookolí a odhalit příležitost a ohrožení podniku. E. Porter z Harvard School of Business Administration zkonstruoval tzv. model pěti sil, který se velmi často využíván manažery pro realizaci této analýzy. Model umožňuje popsat a pochopit podstatu konkurenčního prostředí uvnitř každého jednotlivého odvětví, a tak vytvořit informační základnu pro rozhodování o tvorbě konkurenční výhody podniku. Na základě model lze identifikovat vlivy, které významným způsobem ovlivňují přitažlivost odvětví. [16] Obrázek číslo 2 znázorňuje jednotlivé části, ze kterých se model skládá.

Obr. č. 2 - Porterův model



Zdroj: upraveno podle [11]

Hrozba vstupu potenciálních konkurentů

Hrozba vstupu potenciálních konkurentů se odvíjí od dvou faktorů, a to vstupních bariér a očekávané reakci ostatních konkurentů. Potenciální konkurenti jsou podniky, které si v současné době nekonkurují, ale mají schopnost se konkurenty stát, pokud se pro toto rozhodnou. Hrozba potenciálních konkurentů závisí zejména na výši bariér vstupu na trh, tedy na řadě faktorů, které brání podniku prosadit se v daném mikrookolí (např. úspory z rozsahu, technologie a speciální know-how, znalost značky, oddanost zákazníků, absolutní nákladové výhody, kapitálová náročnost, legislativní opatření, stání zásahy a další). Čím vyšší jsou bariéry vstupu, tím vyšší náklady musí potenciální konkurenti vynaložit. [11]

Rivalita mezi stávajícími podniky

Druhá část Porterova modelu je rozsah rivality mezi stávajícími podniky uvnitř daného mikrookolí. Základem této části je pochopení konkurenčních pravidel v daném odvětví. Je-li konkurenční rivalita slabá, tak podniky mají příležitost zvýšit ceny a dosáhnout většího zisku. Naopak jestliže je síla velká dochází k cenové konkurenci – cenové válce. Silná rivalita mezi podniky mikrookolí vytváří velkou hrozbu pro ziskovost. [1] Rozsah rivality mezi těmito podniky uvnitř mikrookolí je funkcí tří faktorů:

- Struktura mikrookolí.
- Poptávkové podmínky.
- Výška vstupních bariér z daného mikrookolí. [11]

Smluvní síla dodavatelů

Vliv a síla dodavatelů může působit pro podnik jako hrozba, jelikož dodavatelé dokáží zvyšovat ceny a podnik musí toto zvýšení platit nebo přistoupit na nižší kvalitu. Obojí vede k poklesu obratu, tedy ziskovosti podniku. Dodavatelé jsou pro podnik stejně důležití stejně jako zákazníci, protože bez nich by podnik nemohl vykonávat svoji činnost. Vysoká vyjednávací síla dodavatelů v odvětví je dána zejména počtem dodavatelů v odvětví a jedinečnosti vstupů. [11]

Smluvní síla zákazníků

Zákazníci představují jeden ze základních článků podnikání. Poptávající zákazník představuje pro podnik možný prodej zboží či služby a tím potenciální zisk. Kupující mohou představovat pro podnik hrozby, jestliže tlačí ceny dolů, nebo když požadují

vysokou kvalitu nebo lepší servis. Toto vše zvyšuje výrobní náklady. Slabí kupující vytváření pro podnik příležitost zvýšit ceny a získat vyšší zisk. Dle M. Portera mají kupující větší sílu zejména za těchto podmínek:

- Pokud se mikrookolí seskládá z řady malých podniků a kupujícími jsou malý počet velkých podniků.
- Nakupují-li kupující ve velkém množství.
- Jestliže si kupující mohou při objednávkách vybírat mezi podniky s nízkými cenami a tím způsobují, že prodávající podniky stojí proti sobě a snižují ceny.
- Jestliže kupující mohou pohrozit, že si své vstupu začnou vyrábět sami, a dosáhnou tak snížení cen. [11]

Hrozba substitučních výrobků

Poslední část Porterova modelu představuje konkurenční síla substitučních výrobků. V případě existence blízkých substitutů vytváří konkurenční hrozbu limitující ceny, za kterou podnik prodává, a tím limituje i ziskovost. Mají-li výrobky vyráběné daným podnikem málo blízkých substitutů, pak mají podniky příležitost ceny navýšit a tím i zvýšit případný zisk. [11]

5 ANALYTICKÁ ČÁST PŘEDSTAVENÍ VYBRANÉ SPOLEČNOSTI

Následující kapitola se bude zabývat představením vybrané společnosti. Vzhledem k tomu, že společnost si nepřeje být jmenována, bylo pro ni zvoleno označení XY, a. s.

V analyzované společnosti je autor zaměstnán jako obchodní manažer, kde jeho hlavní náplní práce je shánění výrobců a dodavatelů bionafty pro daňový sklad a následná akvizice nových odběratelů pro společnost a prodej bionafty pro ně.

Zkoumaná společnost XY, a. s. se nachází v analyzovaném východočeském regionu, a v rámci této bakalářské práce bude autor zaměřen pouze na Pardubický a Královohradecký kraj. Východočeský region byl upraven po dohodě s vedoucím práce pouze na Pardubický a Královohradecký kraj zejména z důvodu dostupnosti relevantních dat pro výše zmiňované kraje.

5.1 Společnost XY, a. s.

Společnost XY, a.s. byla založena v roce 2009 a nabízí komplexní služby v oblasti skladování a distribuce ropných produktů, a to v areálech daňového skladu Pardubice a místa přímého dodání Červené Pečky.

Společnost XY, a. s. je dceřinou společností společnosti Kongresové centrum ZZZ, a. s. XY, a.s. převzala daňový sklad od firmy Tonamo v roce 2009, která skončila v konkurzu.

Historie a vývoj společnosti XY, a. s.

Od svých počátků se snažila společnost XY, a. s. zprovoznit daňový sklad na vyšší kapacitu než jakou měl předcházející vlastník – společnost TONAMO. Po 2 letech bylo snažení úspěšné, a kapacita byla navýšena na zhruba původní kapacity, tj. 9.000.000 l. Záhy poté začalo i úspěšné období naplnění skladových prostor se zájmem mnoha klientů. 2011 bylo rokem, kdy společnost XY, a. s. začala lákat nové klienty na alternativní plnění biopovinnosti, i přes nezprovoznění výdejny na SMN B30. Koncem roku 2012 bylo rozhodnuto o zprovoznění SMN B30 a tedy další možnost pro alternativní plnění biopovinnosti, kterou společnost chtěla nabídnout svým klientům a tím získat určité odlišení od konkurence. S příchodem listopadu 2013 došlo k ukončení činnosti asi 1.200 firem, které obchodovaly s palivy. Důvodem bylo zavedení kauce 20.000.000,- Kč pro povolení obchodu. Tím došlo k odlivu mnoha klientů a společnost, aby si i nadále udržela svoji pozici na trhu, musela zmnohonásobit prodej B100 a SMN B30, aby byla schopna plnit 100 % své biopovinnosti, a tím být konkurenceschopná.

Produktové portfolio

Primárním předmětem podnikání společnosti XY, a.s. je pronájem skladovacích kapacit nafty v daňovém skladu v Pardubicích a pronájem skladovacích kapacit skladu přímého dodání v Červených Pečkách. Vzhledem k tomu, že v této práci je práci autor zaměřen pouze na východočeský region, bude popisován pouze sklad v Pardubicích.

Společnosti využívající skladových kapacit jsou od listopadu 2013 středně velké společnosti, kterým se díky malým objemům nafty nevyplatí využívat skladovacích kapacit státního podniku Čepro a tím využívat jeho nejrozšířenější síť skladů. Do listopadu 2013 skladovací kapacity využívaly i malé společnosti, které ale díky vzniku 20.000.000,-- Kč kauce pro distributory pohonných hmot museli svoji činnost ukončit.

Za poslední rok skladovací kapacity využívají průměrně 3 společnosti. Které svou naftu dováží z Německa, především z rafinerií v Hamburгу, a ze třetích zemí světa, především Bělorusko. Výhodou pro ukládající společnosti je, že z daňového skladu si mohou vyskladňovat čistou naftu, a za poplatek biopovinnost splní popisovaná společnost XY, a.s.

Druhým nejvýznamnějším předmětem podnikání je prodej B100, který je nejvýznamněji rostoucím produktem celé společnosti a především díky prodeji této komodity je sklad schopen plnit biopovinnost za své ukladatele.

Dalšími produkty je směsná nafta SMN B30, která se ale prodává velice okrajově a nemá významnější vliv na výsledky firmy ani na plnění biopovinnosti. Pro úplnost portfolia sem také patří produkt B6, kterou je sklad schopen domíchat pro své ukladatele, avšak za rok 2013, kdy významně narostl prodej B100, není tato možnost mnoho využívána.

5.2 Způsob určování ceny FAME a SMN B30

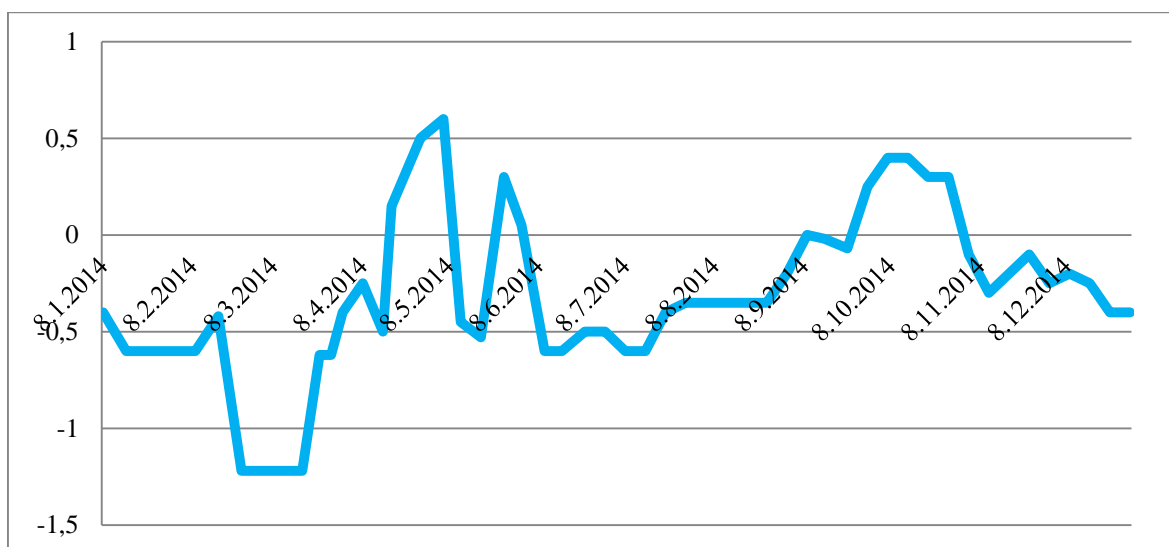
Cena je v odvětví bionafty téměř jediným faktorem, který je klíčový pro naše zákazníky, zda vyberou naši společnosti. Níže bude popsán způsob určení ceny pro obě již zmíněné komodity, které jsou v rámci této bakalářské práce nejvýznamnější pro společnosti XY, a. s. Veškerá data, která jsou použita pro vývoj cen a její určování vychází z reálných dat z roku 2014.

Cenotvorba FAME (B100)

Podstatnou výhodou, kterou společnost XY, a. s. poskytuje svým klientům je splnění biopovinnosti, což jim zaručuje určitou konkurenční výhodu oproti ostatním. Prodej

FAME je téměř nutností dotovat, právě z již zmíněného důvodu plnění biopovinnosti za své ukladatele. Dalším faktorem, zda bude prodej FAME dotován je také roční období nebo množství vyskladněné čisté nafty ukladatelů analyzované společnosti. Čím více je třeba prodat FAME, tím je potřeba více dotovat její prodej, abychom mohli dosáhnout na vzdálenější místa, kde může být levnější dovoz z bližších skladů. Průměrné dotace při prodeji FAME za rok 2014 byla 0,31 Kč/l při 15°C, podrobný vývoj obchodní přírážky dotace FAME za rok 2014 pro splnění biopovinnosti, prezentuje následující graf na obrázku číslo 3.

Obr. 3 – Obchodní marže (dotace) FAME 2014



Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Následující tabulka číslo 4 konstrukce ceny ukazuje, ze kterých komponentů se skládá cena FAME.

Tabulka č. 4 – Konstrukce ceny FAME

	Obchodní dotace (přirážka)		
Cena výrobce	Doprava FAME do skladu	Doprava k zákazníkovi	Prodej
DPH			
Spotřební daň			

Zdroj: [vlastní zpracování]

Obchodní dotace (přirážka) – ve většině případů je zde dotace na prodej.

Cena výrobce – prodejní cena FAME určená přímo ve skladu výrobce.

Doprava FAME do skladu – cena dopravce za převoz od výrobce do skladu XY, a. s.

Doprava k zákazníkovi – doprava z XY, a. s. k zákazníkovi.

Prodej – prodej koncovému zákazníkovi.

DPH – výše aktuální základní sazby DPH.

Spotřební daň – v letošním roce je stále osvobozeno FAME od spotřební daně, ale dle návrhu Ministerstva zemědělství ČR by mělo být na B100 uvalena spotřební daň ve výši 0,5 Kč/l.

Cenotvorba SMN B30

Pro prodej SMN B30 je podobně jako u B100 pro naši společnost nutné dotovat prodej především z důvodu, že nedisponujeme vlastní naftou, ale jsme nuceni ji odkupovat od našich ukladatelů k míchání do výsledného produktu. Vzhledem k obchodní příirážce od ukladatele, není prodej SMN B30 pro naši společnost příliš ekonomický, jak po stránce finanční, tak po stránce plnění biopovinnosti. Na rozdíl od FAME si u prodeje SMN B30 započítáme do biopovinnosti skladu pouze 30 % prodaného objemu. Důvodem proč naše společnost prodává i tento produkt, je zajištění kompletního portfolia bionafty, a také že někteří uživatelé B100 v zimním období přechází na SMN B30. Z tohoto vyplývá, že SMN B30 je pouze doplňkovým produktem společnosti. Tabulka č. 5 ukazuje, z jakých komponentů se skládá cena v případě SMN B30, rozdílné položky oproti FAME jsou blíže specifikovány pod touto tabulkou.

Tabulka č. 5 – Konstrukce ceny SMN B30

	Obchodní dotace (přirážka)			
Cena výrobce	Doprava FAME do skladu	Nákup nafty	Doprava k zákazníkovi	Prodej
DPH				
Spotřební daň				

Zdroj: [vlastní zpracování]

Rozdíly tvorby ceny oproti B 100

Nákup nafty od ukladatelů – vytváření směsi 30 % FAME a 70 % nafty.

Spotřební daň – 7,665 Kč/ l.

6 ANALÝZA KONKURENCE BIONAFTY VE VÝCHODOČESKÉM REGIONU

V následující kapitole analýza konkurence se bude autor zabírat okolím zkoumané společnosti XY, a. s., zejména jejím mikrookolím a také makrookolím.

6.1 Charakteristika odvětví bionafty

Světové zásoby ropy i přes veškeré zabezpečování těžařských společností stále ubývají. Převážná část zásob se nachází v politicky nestabilních zemích. Světová spotřeba energie každoročně stoupá a v posledních letech stále rychleji než kdy dříve. Doprava spotřebovává až $\frac{1}{4}$ produkované energie na planetě. V posledních letech se tak otevřela otázka alternativních paliv nejen z pohledu úspory stávajících neobnovitelných zdrojů ale také z důvodu potřeby snižování emisí skleníkových plynů, které produkuje spalování fosilních paliv.

Předpoklad dle EU je, že do roku 2020 vzroste spotřeba pohonných hmot asi o 20 %, tudíž si EU klade za cíl nahradit až 20 % z tohoto množství biosložkami – biopalivy. Důvod pro zavádění jsou zejména tyto:

- Snížení závislosti na ropě.
- Zvyšování počtu motorových vozidel a tím i rostoucí spotřeba paliv.
- Rozvoj zemědělství. [17]

V České republice je od roku 2007 zavedena povinnost přimíchávání biopaliv a procento jejich podílu v běžných palivech stále roste. Do motorové nafty jsou u nás od roku 2010 přimíchávány methylestery mastných kyselin v podílu 6 % především z řepkového oleje a do benzínu bioetanol v podílu 4,5 %. Výroba biopaliv je však v současné době dražší než u uhlovodíkových paliv a tak se jejich výroba řeší dotacemi nebo úlevami na daních.

6.2 Analýza okolí firmy ve východočeském regionu

V oblasti makrookolí mají na XY, a. s. největší vliv státní a politické zásahy, které významnou měrou ovlivňují situaci v odvětví více než je běžné v jiných odvětvích.

Makrookolí okolí podniku

Kyotský protokol o snižování emisí – Rámcové úmluva OSN o klimatických změnách. Průmyslové země se v něm zavazují snížit emise skleníkových plynů o 5,2 % v porovnání s rokem 1990. Protokol byl dojednán v Kyotu v roce 1997. Kyotský protokol vstoupil v platnost až 7 let po svém schválení. Česká republika ho ratifikovala 15. 11. 2001 a zavázala se snížit emise o 8 %.

Státní zásahy - Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních – je velice podstatným dokumentem, který ovlivňuje celý trh s biopalivy, v případě budoucího zrušení osvobození B100 od SPD či snížení slevy SPD na SMN B30 dojde k jejich naprosté neprodejnosti.

Politické názory – Politická situace velice ovlivňuje biopaliva, v případě zvolení strany zelených či jiných podobně smýšlejících stran do parlamentu lze očekávat snahy o zvýšení podílů biopaliv.

Technologie – v případě budoucího vývoje biopaliv 3 a vyšší generace může dojít ke snížení nákladům k výrobě biopaliv a tím k rozšíření jejich využití.

Ekologie – ekologická nařízení umožňují trvale zvyšovat podíl biopaliv

Přírodní podmínky – možnosti jednotlivých zemí pěstovat rostliny určené k biopalivům významně ovlivňují jejich trh, v současné době při výrobě biopaliv z řepky je Česká republika konkurenceschopná. V případě budoucího předpokládaného vývoje výroby biopaliv 3. generace z řas nemá Česká republika podmínky a bude zřejmě odsouzena k pouhému dovozu biopaliv z přímořských států.

6.3 Analýza odvětví bionafty ve východočeském regionu

V rámci odvětví trhu bionafty jsou zde pouze dva hráči, a to daňové sklady v České republice a případně zahraniční dovozci s přímým prodejem koncovým uživatelům.

Většina prodejců bionafty pochází z daňových skladů, které mají povinnost zajišťovat prodej bionafty z 6 % celkové množství nafty vydaného do volného daňového oběhu.

Skladba trhu v Pardubickém a Královehradeckém kraji SMN B30

Specifika odvětví bionafty ve východočeském regionu jsou oproti České republice markantní. Jedná se zejména o obrovský počet daňových skladů, které obchodují s biopalivy a další velký počet „překupníků“. Tito obchodníci dovážejí biopaliva z jiných regionů případně výjimečně ze zahraničí a tím pomáhají plnit ostatních daňovým skladům z ostatních regionů své biopovinnosti.

Oligopolní postavení s dominantní firmou v komoditě SMN B30 zastává ve východočeském regionu daňový sklad PARAMO vlastněný společností UNIPETROL. Jeho odlišnost oproti ostatním prodejcům bionafty je, že se specializuje pouze na SMN B30 a nenabízí B100. Čím dochází k dotaci prodeje SMN B30 oproti ostatním konkurentům, kteří se snaží prodávat spíše B100, což je i výhodnější komodita pro plnění biopovinnosti.

Ostatní významní prodejci, kteří si rozdělili trh v produktu SMN B30 po společnosti UNIPETROL lze dělit na severní část (Královeshradecký kraj) je zejména sklad ČEPRO v Cerekvici, KM PRONA dovážející bionaftu z Německa. Ještě do nedávna působící sklad v Chlumci nad Cidlinou vlastněný Viktoria Groupe, který byl zavřen Celním úřadem České republiky v průběhu druhého pololetí roku 2014. V jižní části daného regionu (Pardubický kraj) zaujímá analyzovaný daňový sklad XY, a. s. malý podíl na trhu. Dalším hráčem na trhu je daňový sklad DESMONTES Pardubice. Markantní podíl v regionu zaujímá Středočeský daňový sklad KOPOS Kolín, který svým umístěním obsluhuje velkou část Pardubického kraje.

Pro celý východočeský region jsou důležití i někteří „překupníci“, kteří zaujímají velmi agresivní cenovou politiku.

- ARMEX
- Divíšek
- ADRIA - Moravec

Skladba trhu v Pardubickém a Královeshradeckém kraji v komoditě B100

Pro produkt B100 platí velmi podobné rozdělení trhu jako v případě komodity SMN B30, s tím že na trhu působí všichni výše jmenovaní dodavatelé krom UNIPETROLU (sklad PARAMO), jehož tržní podíl je v komoditě SMN B30 pro B100 rozdělen pro všechny ostatní.

6.4 Konkurenční analýza maloobchodu a velkoobchodu

V podkapitole konkurenční analýza budu blíže charakterizovat dvě základní složky obchodu daňového skladu XY, a. s. – maloobchod a velkoobchod z pohledu situace konkurentů. Výsledkem této podkapitoly je definování konkurenčních výhod klíčových konkurentů.

Maloobchod ve východočeském regionu

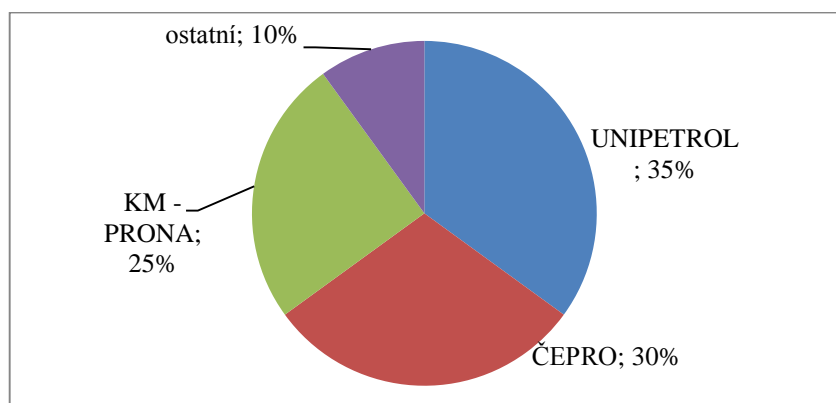
V této podkapitole konkurenční analýzy maloobchodu se bude autor blíže zabírat situací čerpacích stanic. Charakteristikou odvětví bionafty je velmi intenzivní až agresivní cenová politika, což dokládají prodejní ceny B100 a SMN B30 pod výrobními náklady. Dominantní hráč UNIPETROL potažmo PARAMO, který pro svou distribuci využívá svou síť čerpacích stanic BENZINA a svůj terminál PARAMO v Pardubicích, který dokáže svým počtem výdejních lávek obsloužit velké množství zákazníků.

Podobně jako UNIPETROL, tak využívá svoji síť čerpacích stanic společnost KM – PRONA, která na rozdíl od UNIPETROLU na svých stanicích prodává i B100. Nevýhodou společnosti KM – PRONA je, že nevlastní vlastní výdejní terminál, a tak veškeré své výdeje pro velkoobchodní závozy musí používat cizí sklady.

Jako třetí konkurent, který má výhodu vlastních čerpacích stanic je společnost ČEPRO, která na svých stanicích EURO OIL prodává oba již výše zmíněné produkty a samozřejmě disponuje největším počtem skladů v ČR, ve Východočeského regionu, má dva daňové sklady.

Tyto tři výši zmíněné společnosti dohromady zaujímají 90 % podílu na trhu v maloobchodu s biopalivy. Zbývajících 10 % obsluhují podnikové veřejné čerpací stanice a jednotlivé soukromé čerpací stanice, jak prezentuje následující graf. Společnost XY, a. s. vzhledem k tomu, že nevlastní čerpací stanice do tohoto segmentu zasahuje velmi minimálně. Způsob, kterým společnost XY, a. s. obsluhuje maloobchod je pouze prodej malým sítím čerpacích stanic či soukromníkům s jednou čerpací stanicí. V grafu rozložení trhu maloobchodu společnost XY, a. s. patří do části ostatní, zaujímající maximálně 1 % trhu.

Obr. č. 4 – Rozložení trhu maloobchodu pro východočeský region

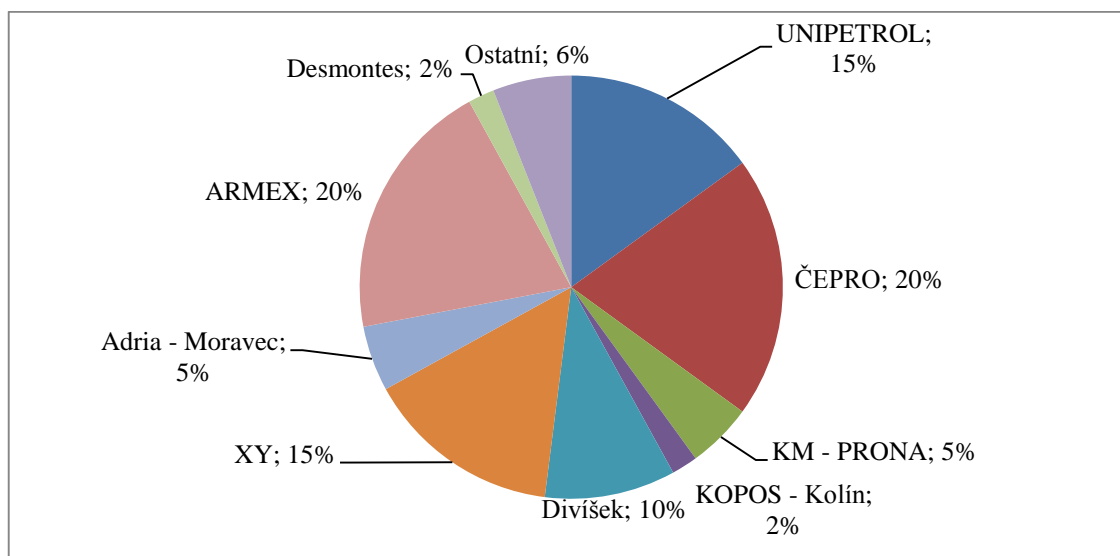


Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Velkoobchod ve východočeském regionu

Ve druhé části konkurenční analýzy popíše autor situaci velkoobchodu s bionaftou. Velkoobchodem jsou zde míněny neveřejné čerpací stanice případně částečně veřejné dopravních společností, spedičních firem, zemědělských podniků či velkých průmyslových podniků. V tomto odvětví si konkurují již výše zmínění konkurenti. Celou situaci popisuje graf na obrázku č. 5.

Obr. č. 5 – Rozložení trhu velkoobchod východočeský region



Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

XY, a. s. se snaží získávat větší podíl na trhu především na úkor společností, kteří fungují především pouze jako „překupníci“ a nevytváří si přidanou hodnotu využitím biopovinnosti. Jedná se zejména o Divíšek a Adria-Moravec. Autor největší hrozbu spatřuje v této oblasti ve změně legislativy.

Hodnocení konkurentů

Pomocí metody hodnocení konkurentů tabulkou a rozhovoru s předsedou představenstva společnosti XY, a. s. shrneme jednotlivé klíčové faktory, které významnou měrou ovlivňují analyzovaný daňový sklad XY, a. s. a tím definování nejsilnějšího konkurenta.

Hodnotící stupnice 0 – 10

0 – nejmenší

10 - největší

Hodnocení konkurent pro komoditu SMN B30

Tabulka č. 6 – Hodnocení konkurentů v komoditě SMN B30

Faktor	Konkurent					
	UNIPETROL	KM PRONA	ARMEX	Divíšek	ADRIA - MORAVEC	ČEPRO
Pojetí konkurentů v mysli zákazníků	10	8	6	4	3	9
Tržní podíl	10	2	2	1	1	4
Ceny	5	6	7	8	7	5
Jak konkurenti distribuují výrobky	4	7	8	10	10	5
Technologické vybavení konkurentů	10	5	6	2	1	10
Celkem	39	28	29	25	22	33
Pořadí	1	4	3	5	6	2

Zdroj: [rozhovor s předsedou představenstva XY, a. s, vlastní zpracování]

Následující tabulku č. 6 ukazuje, že největším konkurentem v komoditě SMN B30 pro analyzovanou společnost je UNIPETROL, zejména z důvodu jeho specializace na daný produkt, jeho vlastní rafinérie a pozitivní vnímání ze strany klientů z důvodu zázemí nadnárodní společnosti.

Hodnocení konkurent pro komoditu B100

Tabulka č. 7 – Hodnocení konkurentů v komoditě B100

Faktor	Konkurent						KOPOS Kolín
	Desmontes	KM PRONA	ARMEX	Divíšek	ADRIA - MORAVEC	ČEPRO	
Pojetí konkurentů v mysli zákazníků	0	8	6	4	2	9	4
Tržní podíl	1	3	4	4	3	6	3
Ceny	6	6	8	8	7	4	5
Jak konkurenti distribuují výrobky	6	7	8	10	10	5	6
Technologické vybavení konkurentů	9	5	6	2	1	10	9
Celkem	22	29	32	28	23	34	27
Pořadí	7	3	2	4	6	1	5

Zdroj: [rozhovor s předsedou představenstva XY, a. s, vlastní zpracování]

Tato tabulka při vypadnutí nadnárodní společnosti UNIPETROL na prodeji této komodity dochází ke srovnání konkurenční síly jednotlivých. Kde jen mírně zvítězila společnost ČEPRO, následována čtyřmi společnostmi.

Konkurenční výhody v komoditě SMN B30 a B100 pro hlavní konkurenty

Hlavní konkurenční výhodou společnosti ČEPRO a UNIPETROL je, že se jedná o velké společnosti, tudíž jsou schopny profinancovat delší splatnosti v řádech 30 dnů. V případě ČEPRO jde o státní organizaci, která v zákaznících vzbuzuje pocit solventního partnera. UNIPETROL je nadnárodní korporace, u které také nejsou obavy z nedodržení svých závazků.

Společnost XY, a. s. disponuje konkurenční výhodou strategického umístění v Pardubicích oproti „překupníkům“ a dalším drobným daňovým skladům. Za dobu své existence si analyzovaná společnost získala dobrou pověst, jelikož nikdy nedostala pokuty od Celního úřadu ČR a Finanční úřadu ČR za daňové úniky a nedoplatky, od České obchodní inspekce za kvalitu zboží. Slabou stránkou společnosti XY, a. s. je nemožnost nabídnout splatnost, což se snaží nahradit nižší cenou než konkurence.

6.5 Porterův model pěti sil

Rivalita mezi konkurenčními podniky

Počet hlavních konkurentů na trhu pro společnost XY, a. s. je 8. Trh je v současné době poměrně malý a hráčů je zde mnoho, což vyvolává cenovou válku a navzájem snižuje cenu biopaliv. Situace mezi jednotlivými konkurenty byla již detailně výše popsána.

Hrozba substitučních výrobků

V oblasti B100 hrozí příliv olejů ze třetích zemí, kde se ovšem vyrábí z palmového či jiného oleje za mnohem nižší náklady, jejich kvalita je diskutabilní. Někteří z prodejců se této alternativě substituce nebrání, zejména „překupníci“. Pro XY, a. s. to znamená nutnost snížení ceny pro některou skupinu klientů, pro které je hlavním a pouze jediným kritériem cena. Dalším možným způsobem obrany společnosti XY, a. s. proti této substituci je provádět osvětu ohledně problému především s filtrovatelností (tuhnutí paliva), kde například palmový olej tuhne již při 5 °C

SMN B30 tato situace nehrozí z důvodu dané normy, kde příměs může být pouze z řepkového oleje.

V oblasti biopaliv a bionafty nelze v příštích letech očekávat žádné nové konkurenční výrobky u jednotlivých výrobců.

Vyjednávací síla kupujících

Mezi nejvýznamnější a téměř jediný faktor, které ovlivňují zákazníky v oblasti bionafty je cena. Ve výjimečných případech je dalším rozhodujícím vlivem ekologičnost paliva.

Hlavním důvodem omezeného počtu zákazníků je především nedůvěra a podvědomí o problémech bionafty pocházejících zejména z 90. let, kdy ještě neprobíhala esterifikace metylesteru na nynější úrovni a teprve vznikaly kvalitativní normy.

Odběratelé společnosti XY, a. s.

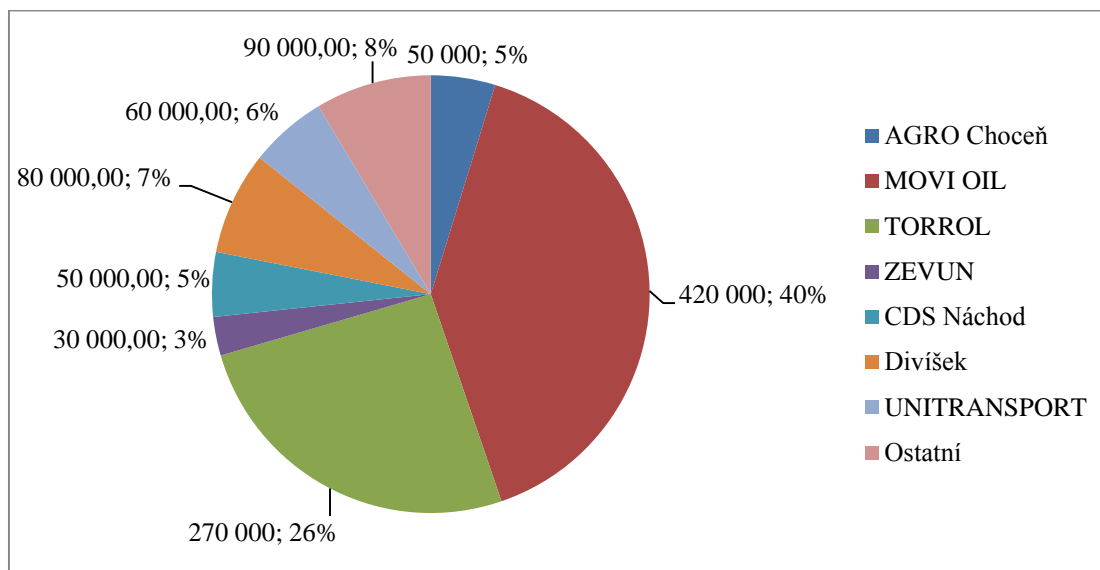
Většina odběratelů společnosti XY, a. s. se rekrutuje z dopravních společností zajišťujících MHD či dálkovou dopravou nebo spedičních firem. Společnost MOVI OIL, který je výhradním dodavatelem pohonných hmot pro společnost BUS LINE a pro MHD Liberce a Jablonce nad Nisou je největším odběratelem XY, a. s., tvořící přes 40 % celkových prodejů. Druhým významný odběratel je TORROL, který zajišťuje pohonné hmoty pro NIKEY a ARIVA, tvořící přes 25 %. Zbývajících část zaujímají malí odběratelé jako například společnosti AGRO Choceň, ZEVUN a další, jak prezentuje následující tabulka č. 8 a navazující graf na obrázku č. 6.

Tabulka č. 8 – Skladba odběratelů společnosti XY, a. s.

Skladba odběratelů společnosti XY, a. s.	litry/měsíčně	podíl
AGRO Choceň	50 000	5%
MOVI OIL	420 000	40%
TORROL	270 000	26%
ZEVUN	30 000,00	3%
CDS Náchod	50 000,00	5%
Divíšek	80 000,00	8%
UNITRANSPORT	60 000,00	6%
Ostatní	90 000,00	9%

Zdroj: [interní materiály společnosti XY, a. s., vlastní zpracování]

Obr. č. 6 – Průměrné měsíční dodávky bionafty 2014 l/měsíčně



Zdroj: [interní materiály společnosti XY, a. s., vlastní zpracování]

Vyjednávací síla dodavatelů

Nejvýznamnějších faktorem ovlivňující výběr dodavatele je opět cena. Tato položka je tvořena z 90 % cenou výrobku a 10 % ovlivňuje cena přepravy. Zásadní vliv má také kvalita, teda zda daný dodavatel je schopen dlouhodobě plnit náročné normy ČS EN 14214 + A1.

Dodavatelé společnosti XY, a. s.

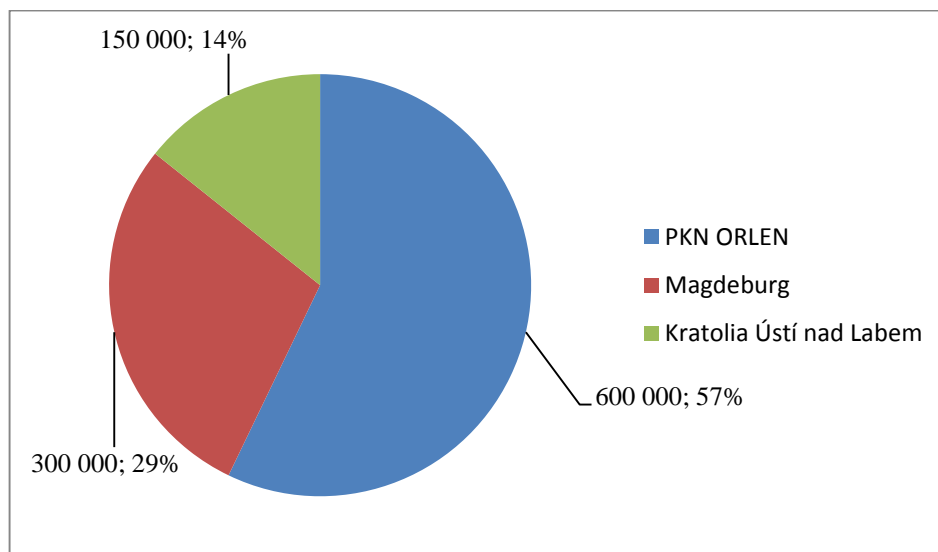
V našem analyzovaném regionu se již nenachází žádný výrobce FAME, tudíž jsme nuceni dovážet FAME z okolních oblastí i za cenu vyšších nákladů na dopravu a tím snížení ekologické úspory emisí CO₂ a zvýšených finančních nákladů. Naším primárním dodavatelem je polská společnost PKN ORLEN. Druhým velkým dodavatelem společnosti XY, a. s. je rafinérie Magdeburg v Německu. Dalším dodavatelem je Kratolia Ústí nad Labem. Tabulka č. 9 a graf na obrázku č. 7 ukazuje skladu dodavatelů společnosti XY, a. s. včetně průměrných měsíčních dodávek v roce 2014.

Tabulka č. 9 – Skladba dodavatelů společnosti XY, a. s.

Skladba dodavatelů společnosti XY, a. s.	litry/měsíčně	Podíl
PKN ORLEN	600 000	57%
Magdeburg	300 000	29%
Kratolia Ústí nad Labem	150 000	14%

Zdroj: [interní materiály společnosti XY, a. s., vlastní zpracování]

Obr. č. 7 – Průměrné měsíční dodávky 2014 FAME l/měsíčně



Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Vzhledem k tomu, že naše společnost chce využívat pouze dodavatele z řepkového oleje, tím má omezenější výběr dodavatele a naráží, tím i na překážku vyšších cen. Což je hlavním důvodem výběru těchto výše zmíněných společností a nemůžeme vybrat například libereckou společnost OLEO CHEMICAL, a. s., která vyrábí FAME z použitých olejů.

Hrozba vstupu nových konkurentů

V současné době XY, a. s. očekává vstup jednoho nového konkurenta tím je společnost SLOVNAFT ČR potažmo její vlastník MOL, který v republice bude mít v roce 2015 přes 300 čerpacích stanic a bude se zřejmě prosadit i v biopalivech, ve kterých v současné době v analyzovaném regionu nepracuje.

7 ANALÝZA VLIVU BIONAFTY V RÁMCI VÝCHODOČESKÉHO REGIONU A JEJICH DOPAD NA EKOLOGII

Od počátku výroby metylesteru mastných kyselin bylo spojeno především se zemědělstvím s cílem rozložit produkci a zajistit zaměstnanost v zemědělství. Produkce plodin pro výrobu bionafty by dle plánu EU měla být lokálně podporována v rámci společné politiky EU s primárním cílem zachování stávající zaměstnanosti ve venkovských oblastech. Postupným vývojem následovalo zaměření na snížení emisí skleníkových plynů a přispění ke snížení energetické závislosti EU na fosilních palivech.

Využívání FAME v dopravě velice významně snižuje produkované množství skleníkových plynů do ovzduší, je udáváno až o 50 % méně než u fosilních paliv. Do emisí skleníkových plynů se zahrnuje veškerá výroba FAME tedy i veškeré emise, které vznikají při pěstování biomasy, emise vzniklé při zpracování suroviny na palivo a emise produkované při spalování paliva, tj. celý životní cyklus. Vzhledem k tomu, že se do emisí započítávají i veškeré přepravy, bylo by velice vhodné, aby vznikla výroba FAME v oblasti Hradce Králové či Pardubic. Celkové emise vyprodukované kompletní výrobou FAME dosahují kolem 42 gCO₂eq/MJ, přesné číslo záleží na konkrétní výrobní jednotce, a tím dosahuje významné úspory CO₂ oproti tradiční fosilní naftě. Hodnota gCO₂eq/MJ pro naftu je 83,8 tedy téměř dvojnásobné oproti FAME. Pro dopravou už tak přetížený region je velice dobrá jakákoli úspora skleníkových plynů a tím k docházejícímu zlepšení ovzduší. [11]

7.1 Certifikace udržitelnosti ISCC

Biomasa je jedním z primárních zdrojů obnovitelné energie. Jejíž potenciál spočívá v přínosu ke zmírňování dopadu klimatických změn a snižování závislosti na ropě. Při používání biopaliv dochází k redukci emisí skleníkových plynů a také v porovnání s klasickými fosilními palivy, biopaliva mají lepší biologickou odbouratelnost.

Společnost XY, a. s je držitelem certifikace ISCC (příloha č. 1), tedy plní veškeré normy dané tímto certifikátem. Certifikát zajišťuje, že společnost XY, a. s. obchoduje pouze s produkty, které jsou v souladu s udržitelností biopaliv.

Hlavní cíle kritérií udržitelnosti

- Úspora emisí skleníkových plynů při používání biopaliv a biokapalin musí činit minimálně 35% oproti emisím skleníkových plynů vznikajícím v celém životním cyklu alternativního fosilního paliva.
- Suroviny pro pěstování biopaliv musí být pěstovány udržitelným způsobem. Splnění těchto kritérií také nepřímo vede k podpoře domácí či regionální produkce, která je v souladu se zásadami k přírodě šetrného využívání přírodních zdrojů.

7.2 Východočeský region pěstování řepky

V této kapitole se budeme zabývat velikostí osevné plochy obilovin a řepky v Pardubickém a Královehradeckém kraji. Tabulky č. 11 a 12 a navazující grafy, které jsou na obrázcích č. 8 a 9 říkají, v jakém poměru dochází k nahrazování obilovin řepkou.

Pardubický kraj

V následující tabulce je vidět pokles osevné plochy obilovin, na druhou stranu osev řepky neroste takovou rychlostí jako snižování produkce obilovin. Řepka alespoň částečně nahrazuje osev obilovin a je vhodnou plodinou pro osevní plán a především pro udržitelnou ekonomiku zemědělských podniků.

Další výhodou pro region především pro Polabskou nížinu je téměř 100 % rozložitelnost FAME v případě nehody nebo úniku paliva do země, případně vodních toků. FAME je schopno 98 % odbourat do 3 týdnů, na rozdíl od fosilních paliv, u kterých dochází k ekologickým haváriím v případě vniknutí do vodních toků nebo podzemních pramenů

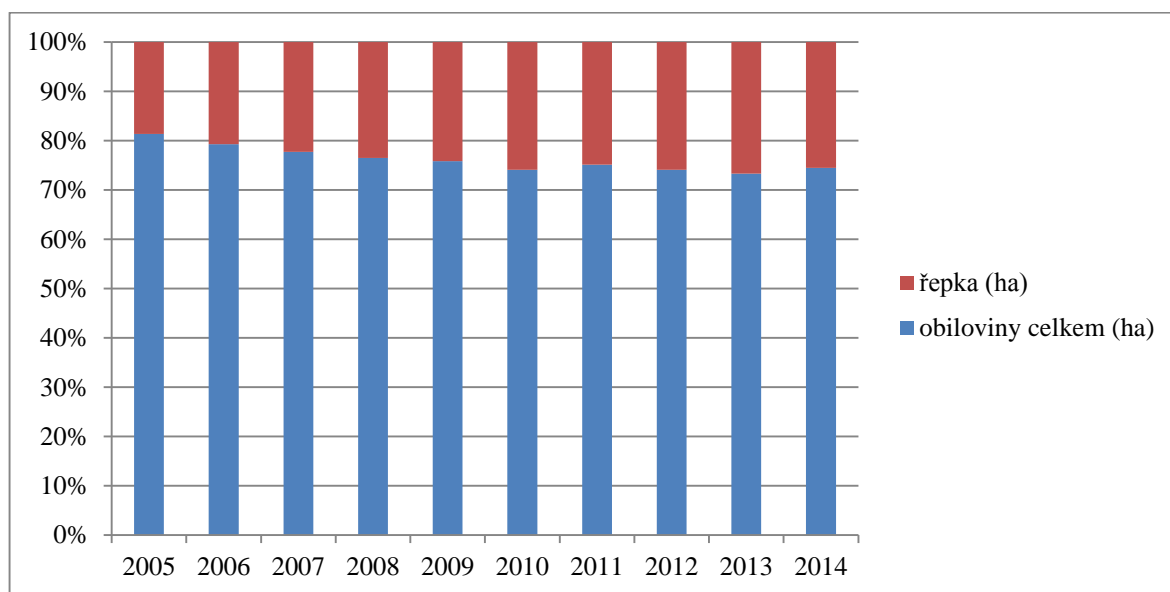
Tabulka č. 10 – Vývoj osevných ploch obilovin a řepky v Pardubickém kraji v letech 2005 – 2014 v ha

Rok	obiloviny celkem (ha)	řepka (ha)
2005	95 830	21 996
2006	86 698	22 622
2007	89 165	25 520
2008	87 368	26 831
2009	85 126	27 150

2010	82 253	28 734
2011	83 371	27 574
2012	82 253	28 783
2013	81 659	29 737
2014	81 771	27 988

Zdroj: [agrární komora, vlastní zpracování]

Obr. č. 8 - Vývoj osevných ploch obilovin a řepky v Pardubickém kraji v letech 2005 – 2014 v ha



Zdroj: [vlastní zpracování]

Královehradecký kraj

Tato podkapitola se bude zabývat vývojem osevné plochy v Královehradeckém kraji pro obiloviny a řepku. Stejně jako v Pardubickém kraji je zde patrné, že dochází k poklesu osevné plochy obilovin ve prospěch řepky.

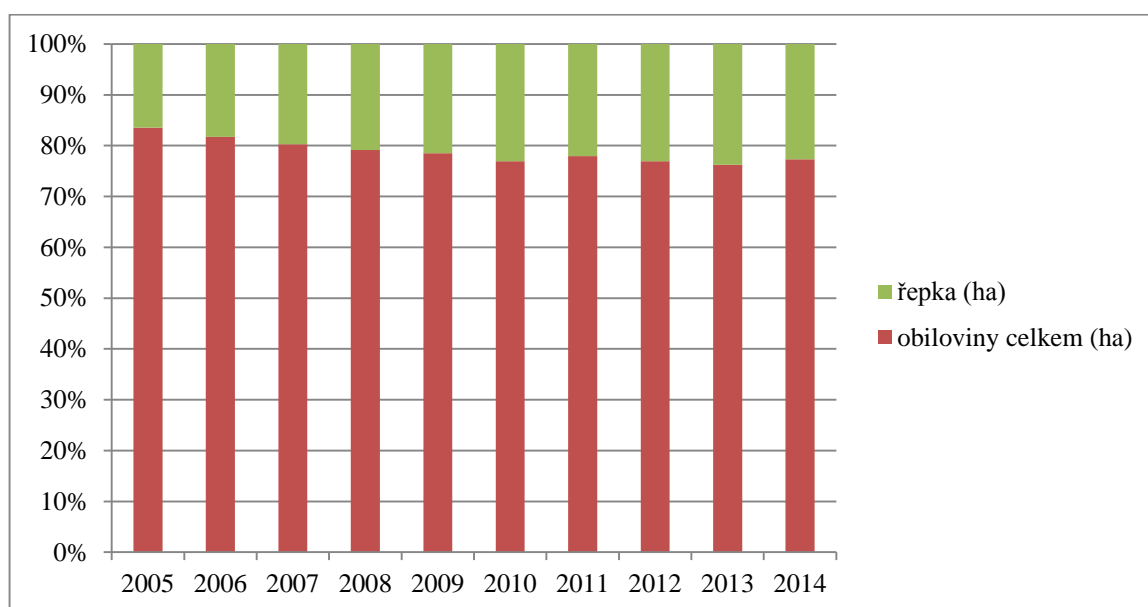
Tabulka č. 11 – Vývoj osevných ploch obilovin a řepky v Královehradeckém kraji v letech 2005 – 2014 v ha

Rok	obiloviny celkem (ha)	řepka (ha)
2005	100621,5	19796,4
2006	91032,9	20359,8
2007	93623,25	22968
2008	91736,4	24147,9
2009	89382,3	24435

2010	86365,65	25860,6
2011	87539,55	24816,6
2012	86365,65	25904,7
2013	85741,95	26763,3
2014	85859,55	25189,2

Zdroj: [agrární komora, vlastní zpracování]

Obr. č. 9 - Vývoj osevných ploch obilovin a řepky v Králověhradeckém kraji v letech 2005 – 2014 v ha



Zdroj: [vlastní zpracování]

Vývoj obilovin v letech 2005 – 2014 ukazuje, že dochází k poklesu osevné plochy těchto plodin ve prospěch právě řepky v obou zmiňovaných krajích. Zvyšování osevné plochy řepky má jistě pozitivní vliv právě z důvodu, že by plocha zůstala zřejmě neobdělávaná. Svou produkci řepky by se region mohl stát naprosto soběstačný ve výrobě FAME, pokud by v regionu vznikl výrobní závod.

Dle výsledků z grafů je vidět, že za poslední roky se zvyšuje osevná plocha řepky, při pokračujícím trendu, do budoucna by mohl být region nezávislý na dovozech z ostatních oblastí. Jistě proto zde je správná myšlenka vybudování výrobní FAME .

8 KOMPARACE NÁKLADOVOSTI JEDNOTLIVÝCH BIOPALIV

Kapitola komparace nákladovosti jednotlivých biopaliv se bude zabývat porovnáváním jednotlivými možnostmi a jejich ekonomickými parametry. Hlavním cílem této kapitoly je provést ekonomické vyhodnocení výhodnosti jednotlivých komodit pro analyzovanou společnost XY, a. s. Za analyzované období byl zvolen loňský rok 2014, kde jednotlivá data jsou zachycena v týdenních intervalech, jak se měnily ceny. Veškerá použitá data pro tuto bakalářskou práci jsou reálná data.

Srovnání cen B0 a B6

Srovnání cen B0 a B6 autor provedl zejména z důvodu, aby bylo patrné, že pro ukladatele nafty je daleko ekonomicky přijatelnější prodávat čistou naftu bez příměsí biopaliv a zákonnou biopovinnost si alternativně plnit prodejem SMN B30 a B100. Tuto biopovinnost za ukladatele plní XY, a. s. a čímž jim poskytuje značnou ekonomickou výhodu a snížení administrativní náročnosti pro dané společnosti. Samozřejmě plnění biopovinnosti je pro společnost XY, a. s. jedním z hlavních složek zisku, a tím dochází k možnosti dalšího navýšení prodeje čisté nafty pro ukladatele, což je patrné také z následujících tabulek.

Tabulka č. 12– Srovnání cen B0 a B6

Datum	B0	B6	B30	B100	Rozdíl B6 - B0	Rozdíl B30 X B0
6. 1. 2014	27,94	28,19	26,02	21,15	0,25	-1,92
13. 1. 2014	27,75	28,01	25,89	21,15	0,26	-1,86
20. 1. 2014	27,74	28,01	25,93	21,30	0,27	-1,81
27. 1. 2014	27,34	27,63	25,65	21,30	0,29	-1,69
4. 2. 2014	27,49	27,74	25,57	20,70	0,25	-1,92
11. 2. 2014	27,49	27,74	25,57	20,70	0,25	-1,92
17. 2. 2014	27,49	27,74	25,57	20,70	0,25	-1,92
25. 2. 2014	27,49	27,69	25,63	19,90	0,20	-1,87
5. 3. 2014	27,53	27,73	25,35	19,90	0,20	-2,18
11. 3. 2014	27,53	27,73	25,35	19,90	0,20	-2,18
18. 3. 2014	27,00	27,23	24,98	19,90	0,23	-2,02
24. 3. 2014	26,95	27,14	24,73	19,18	0,19	-2,22
28. 3. 2014	26,95	27,14	24,80	19,18	0,19	-2,15
1. 4. 2014	27,12	27,31	24,92	19,40	0,19	-2,20
8. 4. 2014	27,05	27,26	24,91	19,55	0,21	-2,14
15. 4. 2014	27,12	27,33	25,16	19,70	0,21	-1,97
18. 4. 2014	27,12	27,37	25,21	20,35	0,25	-1,91
28. 4. 2014	27,12	27,39	25,31	20,70	0,27	-1,81
6. 5. 2014	27,07	27,35	25,31	20,80	0,28	-1,76

12. 5. 2014	27,10	27,37	25,30	20,70	0,27	-1,80
19. 5.2014	27,25	27,51	25,38	20,62	0,26	-1,87
27. 5 .2014	27,25	27,50	25,34	20,50	0,25	-1,91
2. 6. 2014	27,25	27,49	25,27	20,25	0,24	-1,98
10. 6. 2014	27,23	27,43	25,05	19,60	0,20	-2,18
16. 6. 2014	27,23	27,43	25,05	19,60	0,20	-2,18
24. 6. 2014	27,53	27,72	25,29	19,70	0,19	-2,24
1. 7.2014	27,73	27,91	25,43	19,70	0,18	-2,30
8. 7. 2014	27,55	27,73	25,27	19,60	0,18	-2,28
15. 7. 2014	27,55	27,73	25,27	19,60	0,18	-2,28
22. 7. 2014	27,43	27,62	25,34	19,60	0,19	-2,10
29.7.2014	27,43	27,62	25,34	19,65	0,19	-2,10
5. 8. 2014	27,67	27,85	25,37	19,65	0,18	-2,30
12. 8. 2014	27,80	27,97	25,62	19,65	0,17	-2,19
19. 8. 2014	27,80	27,97	25,62	19,65	0,17	-2,19
26. 8. 2014	27,80	27,97	25,62	19,65	0,17	-2,19
2. 9. 2014	27,90	28,07	25,69	19,70	0,16	-2,22
9. 9. 2014	27,90	28,06	25,69	19,65	0,16	-2,22
15. 9. 2014	28,15	28,30	25,74	19,63	0,15	-2,42
23. 9. 2014	27,85	28,01	25,48	19,58	0,16	-2,37
30. 9. 2014	27,38	27,55	25,07	19,30	0,17	-2,31
7. 10. 2014	27,18	27,34	24,80	18,90	0,16	-2,38
14.10.2014	27,00	27,17	24,68	18,90	0,17	-2,32
21.10.2014	26,80	26,98	24,51	18,80	0,18	-2,29
28.10.2014	26,60	26,79	24,37	18,80	0,19	-2,23
4. 11. 2014	26,45	26,66	24,33	19,00	0,21	-2,12
11.11.2014	26,12	26,35	24,10	19,00	0,23	-2,02
18.11.2014	26,19	26,41	24,12	18,90	0,22	-2,07
25.11.2014	25,52	25,77	23,62	18,80	0,25	-1,90
2. 12. 2014	25,00	25,29	23,28	18,85	0,29	-1,72
9. 12. 2014	24,20	24,53	22,71	18,80	0,33	-1,49
16.12.2014	23,41	23,79	22,14	18,75	0,38	-1,27
23.12.2014	22,61	23,04	21,60	18,80	0,43	-1,01
30.12.2014	22,61	23,04	21,60	18,80	0,43	-1,01

Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

V uvedené tabulce je jasně vidět rozdíl nákladů na prodej B0 a B6 při vysokých cenách nafty, pohybujících se přes 27,00 Kč/l není rozdíl, tak markantní na rozdíl od cen nafty, které na konci roku 2014 dosahovaly historických minim za posledních 10 let. Kde rozdíl činí přes 0,40 Kč/l. Budoucí odhad cen ropy a tím navazujících cen nafty nenasvědčuje, že by cena měla začít růst, spíš půjde o pokles k hranici 30 USD za barel. [20]

Z tabulky číslo 12 je patrné, že v případě snižující se ceny nafty dochází k přiblížení ceny SMN B30 k ceně B0 a tím pádem ztrácí lukrativnost pro společnosti, které využívali

SMN B30 k pohonu motorových vozidel. Největší rozdíl za celý rok byl 2,42 Kč/l a naopak nejnižší rozdíl přichází s nejnižší cenou nafty, protože cenu SMN B30 ovlivňuje nafta jen ze 70 % a zbývající část ceny ovlivňuje cena FAME, které se za celý rok pohybuje konstantněji po celý rok +/- 2,--Kč/l. Při dnešních cenách, které jsou téměř srovnané s cenou nafty odběratelé přechází buď na B0 nebo pokud chtějí stále ušetřit tak na B100, ovšem u které je o něco větší spotřeba, a tím pádem se vyplatí na B100 jezdit při cenách o minimálně o 3,--Kč nižší ceně než ceny nafty. Tím pádem nastává pro sklad problém, že pokud neseženeme dodavatele s nižšími cenami FAME, budeme muset více dotovat B100, aby byla vůbec prodejná.

Pro společnost XY, a. s. je mnohem zajímavější prodávat B100 a získanou biopovinností prodat svým ukladatelům, pro které je jak je vidět v tabulce, mnohem nákladnější mít B6.

8.1 Prodej biopovinnosti

Výše dotace za prodej 1 l B100 a výše zisku XY, a. s. z prodeje biopovinnosti

Pro společnost XY, a. s. je výhodné prodávat především B100 pod nákupní cenou, a tím tedy dotovat její prodej, vzhledem k navazujícímu zisku za prodej biopovinnosti subjektům, které využívají sklad pro vyskladňování své čisté nafty. Celou situaci prezentuje následující tabulka. Veškeré propočty jsou pro svou přehlednost dělané pro 6 litrů B100 vzhledem k tomu, že ve vyskladněných 100 litrech nafty musí být právě toto množství biosložky.

Tabulka č. 13 – Výše dotace za prodej 1 l B100 a výše zisku XY, a. s. z prodeje biopovinnosti

Dotace na 1 litr/kč	Dotace na 6 litrů/kč	Zisk pro XY, a. s. Na 100l/Kč
0,05	0,3	4,7
0,1	0,6	4,4
0,2	1,2	3,8
0,3	1,8	3,2
0,4	2,4	2,6
0,5	3,0	2,0
0,6	3,6	1,4
0,7	4,2	0,8
0,8	4,8	0,2
0,9	5,4	-0,4
1,0	6,0	-1,0

Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Tabulka č. 14 – Platba ukladatelů za 1 l vyskladněné čisté nafty

Platba ukladatelů za 1 litr vyskladněné čisté nafty	Platba ukladatelů za 100 litrů
0,05	5

Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Jak je z uvedené tabulky patrné, vyplatí se společnosti XY, a. s. dotovat cenu do výše 0,8 Kč/l B100 při ceně ukladatele 0,05 Kč/za 1 l vyskladněné B0. Dalším kritériem, které má vliv na následující výrok je cena za 1 vyskladněný litr čisté nafty B0. Od počátku fungování byla fixně stanovena cena na úroveň 0,05 Kč/l.

Průměrná výše dotace na 1 l B100 za rok 2014 byla 0,40 Kč. Z toho vyplývá, že průměrný příjem po odečtení nákladů na dotace činí za 100 l vyskladněných nafty bez biosložky 2,6 Kč. Průměrné množství čisté nafty, které se měsíčně vyskladní, činí cca 10.000.000 l, a tomu odpovídá příjem z prodeje biosložky 2.600.000 Kč měsíčně.

Ziskovost prodeje biopovinnosti

Následující tabulka se zabývá různou výší plateb za vyskladnění čisté nafty při různé výši dotace prodeje FAME. Jak je patrné tabulka znázorňuje, kdy je dotace prodeje FAME rentabilní a kdy naopak ztrátová.

Tabulka č. 15 - Jednotlivé zisky při různých platbách ukladatelů za 1 l čisté nafty při vyskladněných 100 l čisté nafty a při různé dotační úrovni

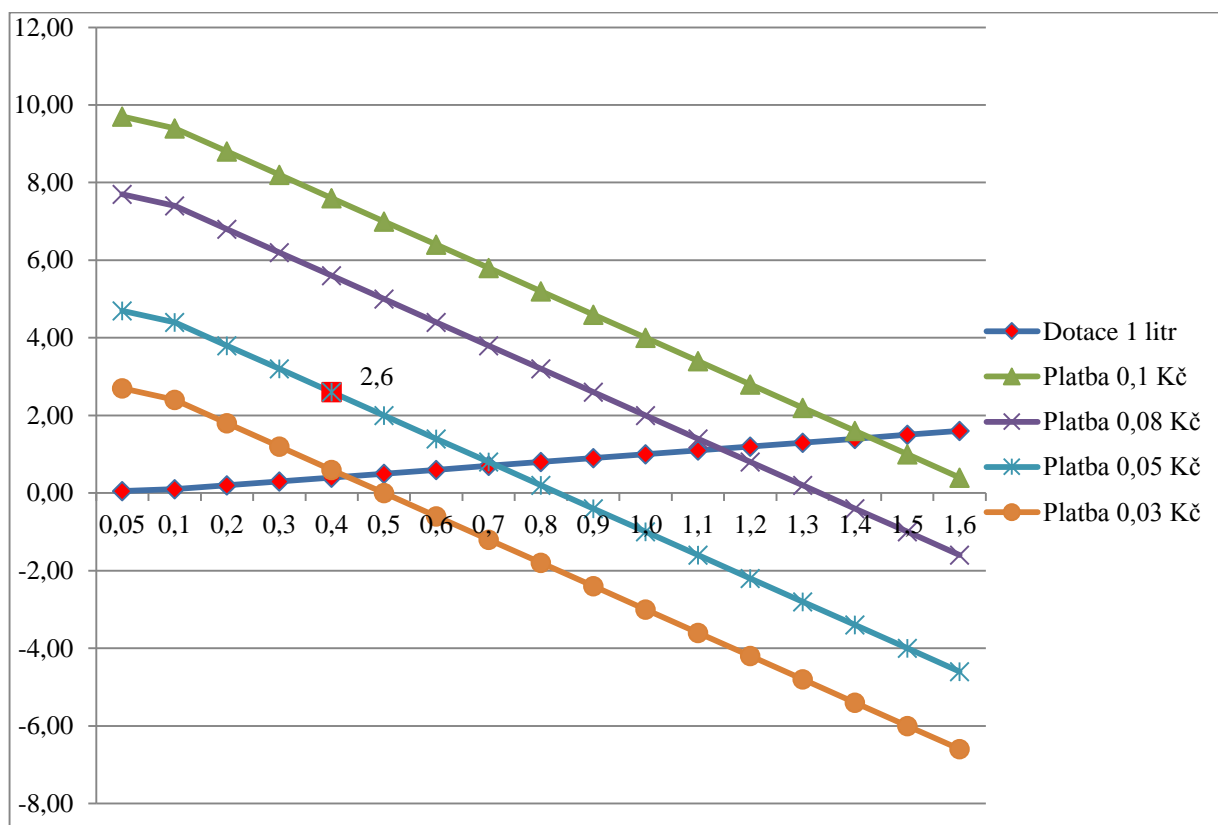
Dotace FAME 1 litr	Platba 0,1 Kč	Platba 0,08 Kč	Platba 0,05 Kč	Platba 0,03 Kč
0,05	9,7	7,7	4,7	2,7
0,1	9,4	7,4	4,4	2,4
0,2	8,8	6,8	3,8	1,8
0,3	8,2	6,2	3,2	1,2
0,4	7,6	5,6	2,6	0,6
0,5	7,0	5,0	2,0	0,0
0,6	6,4	4,4	1,4	-0,6
0,7	5,8	3,8	0,8	-1,2
0,8	5,2	3,2	0,2	-1,8
0,9	4,6	2,6	-0,4	-2,4
1,0	4,0	2,0	-1,0	-3,0
1,1	3,4	1,4	-1,6	-3,6
1,2	2,8	0,8	-2,2	-4,2
1,3	2,2	0,2	-2,8	-4,8
1,4	1,6	-0,4	-3,4	-5,4
1,5	1,0	-1,0	-4,0	-6,0
1,6	0,4	-1,6	-4,6	-6,6

Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

V grafu i v minulé tabulce je označen bod, který znázorňuje aktuální průměrnou ziskovost prodeje biopovinnosti při aktuální průměrné výši dotace 0,40 Kč/l.

Osa X znázorňuje dotaci na 1 l FAME a osa Y znázorňuje příjem z prodeje biopovinnosti od ukladatelů za 100 l vyskladněné čisté nafty.

Obr. č. 10 - Jednotlivé zisky při různých platbách ukladatelů za 1 l čisté nafty při vyskladněných 100 l čisté nafty a při různé dotační úrovni



Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

8.2 Srovnání cen s konkurencí

Srovnání cen společnosti XY, a. s. a společnosti ČEPRO

Pro srovnání konkurenčních cen autor využil dostupná data společnosti ČEPRO zejména z důvodu, že se jedná o jednoho z největších hráčů na trhu. Právě z již zmíněného důvodu, by následující srovnání mělo poskytnout relevantní informace o možnostech a přizpůsobení společnosti XY, a. s. trhu a z toho definování návrhů a doporučení pro společnost XY, a. s.

Tabulka č. 16 – Srovnání cen společnosti XY, a. s. a společnosti ČEPRO za rok 2014

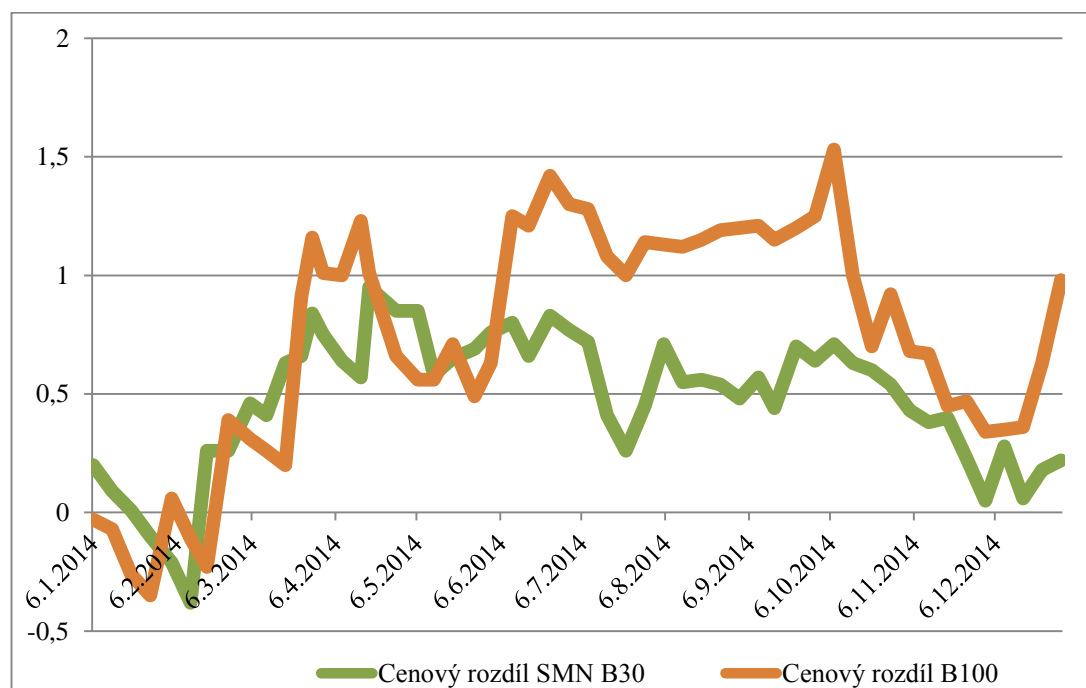
Datum	B30 Čepro	B30 XY, a. s.	Cenový rozdíl SMN B30	B100 Čepro	B100 XY, a. s.	Cenový rozdíl B100
6.1.2014	26,22	26,02	0,2	21,12	21,15	-0,03
13.1.2014	25,98	25,89	0,09	21,08	21,15	-0,07
20.1.2014	25,94	25,93	0,01	21,04	21,3	-0,26
27.1.2014	25,55	25,65	-0,1	20,95	21,3	-0,35
4.2.2014	25,36	25,57	-0,21	20,76	20,7	0,06
11.2.2014	25,19	25,57	-0,38	20,59	20,7	-0,11
17.2.2014	25,83	25,57	0,26	20,47	20,7	-0,23
25.2.2014	25,89	25,63	0,26	20,29	19,9	0,39
5.3.2014	25,81	25,35	0,46	20,21	19,9	0,31
11.3.2014	25,76	25,35	0,41	20,16	19,9	0,26
18.3.2014	25,61	24,98	0,63	20,1	19,9	0,2
24.3.2014	25,39	24,73	0,66	20,09	19,18	0,91
28.3.2014	25,64	24,8	0,84	20,34	19,18	1,16
1.4.2014	25,67	24,92	0,75	20,41	19,4	1,01
8.4.2014	25,55	24,91	0,64	20,55	19,55	1
15.4.2014	25,73	25,16	0,57	20,93	19,7	1,23
18.4.2014	26,16	25,21	0,95	21,36	20,35	1,01
28.4.2014	26,16	25,31	0,85	21,36	20,7	0,66
6.5.2014	26,16	25,31	0,85	21,36	20,8	0,56
12.5.2014	25,88	25,3	0,58	21,26	20,7	0,56
19.5.2014	26,03	25,38	0,65	21,33	20,62	0,71
27.5.2014	26,03	25,34	0,69	20,99	20,5	0,49
2.6.2014	26,03	25,27	0,76	20,88	20,25	0,63
10.6.2014	25,85	25,05	0,8	20,85	19,6	1,25
16.6.2014	25,71	25,05	0,66	20,81	19,6	1,21
24.6.2014	26,12	25,29	0,83	21,12	19,7	1,42
1.7.2014	26,2	25,43	0,77	21	19,7	1,3
8.7.2014	25,99	25,27	0,72	20,88	19,6	1,28
15.7.2014	25,68	25,27	0,41	20,68	19,6	1,08
22.7.2014	25,6	25,34	0,26	20,6	19,6	1
29.7.2014	25,79	25,34	0,45	20,79	19,65	1,14
5.8.2014	26,08	25,37	0,71	20,78	19,65	1,13
12.8.2014	26,17	25,62	0,55	20,77	19,65	1,12
19.8.2014	26,18	25,62	0,56	20,8	19,65	1,15
26.8.2014	26,16	25,62	0,54	20,84	19,65	1,19
2.9.2014	26,17	25,69	0,48	20,9	19,7	1,2
9.9.2014	26,26	25,69	0,57	20,86	19,65	1,21
15.9.2014	26,18	25,74	0,44	20,78	19,63	1,15
23.9.2014	26,18	25,48	0,7	20,78	19,58	1,2
30.9.2014	25,71	25,07	0,64	20,55	19,3	1,25
7.10.2014	25,51	24,8	0,71	20,43	18,9	1,53
14.10.2014	25,31	24,68	0,63	19,9	18,9	1

21.10.2014	25,11	24,51	0,6	19,5	18,8	0,7
28.10.2014	24,91	24,37	0,54	19,72	18,8	0,92
4.11.2014	24,76	24,33	0,43	19,68	19	0,68
11.11.2014	24,48	24,1	0,38	19,67	19	0,67
18.11.2014	24,52	24,12	0,4	19,35	18,9	0,45
25.11.2014	23,85	23,62	0,23	19,27	18,8	0,47
2.12.2014	23,33	23,28	0,05	19,19	18,85	0,34
9.12.2014	22,99	22,71	0,28	19,15	18,8	0,35
16.12.2014	22,2	22,14	0,06	19,11	18,75	0,36
23.12.2014	21,78	21,6	0,18	19,43	18,8	0,63
30.12.2014	21,82	21,6	0,22	19,78	18,8	0,98

Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Následující tabulka prezentuje konkurenční ceny analyzované společnosti versus ČEPRO. ukazuje, že společnost XY, a. s. se snaží držet ceny dlouhodobě pod hladinou ČEPRO, aby si zajistili pravidelné odběry od svých klientů. Pokud by cena dosahovala stejné nebo vyšší úrovně než ČEPRO, pravděpodobně by zákazníci přešli ke konkurenci, z důvodu splatnosti, kterou společnost XY, a. s. nenabízí. Právě z důvodu nepoužívání splatnosti, ale platby předem, používá společnost XY, a. s. jako nástroj pro udržení a získání nových zákazníků jako jediný nástroj cenu. Cena je vždy stanovována s ohledem na konkurenci a dle velikostí odběrů jednotlivých zákazníků, kdy při větších odběrech je cena také mírně upravována.

Obr. č. 11 – Cenový rozdíl SMN B30 a B100 XY, a. s. versus ČEPRO za rok 2014



Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Graf na obrázku číslo 11 ukazuje, že po větší část roku byla společnost XY, a. s. v komoditě B100 minimálně o 0,5 Kč levnější než ČEPRO. Přes půl roku dosahovala cen o korunu nižší než ČEPRO. SMN B30 je rozdíl mnohem nižší a maximální výše dosahují necelé koruny. Přes 6 měsíců nedosahovala analyzovaná společnost rozdílu ani 0,50 Kč. Počátkem roku 2014, kdy společnost XY, a. s. dosahovala vyšších cen, než ČEPRO byl naprosto minimální prodej, z tohoto důvodu byla snížena prodejní cena zvýšením marže a dohodou s dodavatelem na snížených cenách. Průběhem roku se tímto krokem mnohonásobně navýšily prodeje, jelikož již byla biopovinnost koncem října velmi přeplněna, tím se cena přiblížila ČEPRU.

Základní ukazatele cen

Pomocí vybraných základních statistických ukazatelů autor shrne poznatky získané z kapitoly srovnání cen s konkurencí. Jako primární ukazatele pro komodity SMN B30 a B100, a jejich následné srovnání byly voleny:

- minimální a maximální ceny společnosti XY, a. s. a ČEPRO,
- průměrné ceny společnosti XY, a. s. a ČEPRO.

Komodita SMN B30

Tabulka č. 18 ukazuje srovnání v komoditě SMN B30 společnost XY, a. s. dosahuje nepatrně nižší minimální ceny v roce 2014 ve srovnání s vybranou konkurenční firmou. Největší rozdíl je patrný v průměrné ceně v roce 2014, kde společnost XY, a. s. dosahuje průměrné ceny o 0,48 Kč/l nižší, což ji poskytuje značnou konkurenční výhodu.

Tabulka č. 17 – Základní ukazatele vývoje konkurenčních cen SMN B30 za rok 2014

Hodnota Kč	Ukazatel
21,60	min XY, a. s.
26,02	max XY, a. s.
21,78	min ČEPRO
26,26	max Čepro
24,92	průměrná cena XY, a. s.
25,40	průměrná cena ČEPRO

Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Komodita B100

Tabulka č. 18 prezentuje statistické ukazatele, které ukazují nižší minimální i průměrné ceny XY, a. s., kde především u průměrné ceny je vidět velmi vysoký rozdíl 0,74 Kč/l. Právě toto dává analyzované společnosti značnou konkurenční výhodu. Ovšem na druhou

stranu, možná by stálo za uvážení snížení rozdílu ve prospěch marží XY, a. s., souběžně jak se zvyšuje dobré povědomí o společnosti XY, a. s.

Tabulka č. 18 – Základní ukazatele vývoje konkurenčních cen B100 za rok 2014

Hodnota Kč	Ukazatel
18,75	min XY, a. s.
21,3	max XY, a. s.
19,11	min ČEPRO
21,36	max Čepro
19,74	průměrná cena XY, a. s.
20,48	průměrná cena ČEPRO

Zdroj: [interní materiály společnosti, vlastní zpracování]

Tato kapitola Komparace nákladovosti jednotlivých biopaliv poukazuje na jednoznačnou výhodu komodity B100. Primárním důvodem výběru této komodity je zejména nejnižší cena a druhotný zisk vyššího prodeje biopovinnosti ve srovnání s komoditou SMN B30. Ovšem stát z této komodity nemá žádný příjem v oblasti spotřebních daní, a zde do budoucna hrozí velmi pravděpodobné riziko uvalení spotřební daně. B100 je z pohledu ekologie nejvíce šetrné z porovnávaných paliv.

9 ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ

V této kapitole autor shrne poznatky plynoucí z provedených analýz a komparací, interních materiálů společnosti a současném postavení analyzované společnosti na trhu vzhledem ke konkurenci. Cílem této kapitoly je definovat návrhy a doporučení pro analyzovanou společnost.

9.1 Konkurenční analýza

Provedená analýza konkurence na trhu biopaliv ve východočeském regionu se zabývá detailně situací a postavením společnosti XY, a. s. na trhu. Za svou dobu existence si postupně XY, a. s. buduje pověst společnosti, která nemá problém s dodržováním veškerých přísných norem, zákonů se státními institucemi – Finanční úřad České republiky a Celní úřad České republiky.

Způsob budování vztahů se zákazníky se ukazuje, že současná cenová strategie se jeví jako vhodně zvolená a úspěšná. Společnost si v analyzovaném regionu získala své místo na trhu, které se snaží neustále posilovat. Velmi dobrým způsobem vedoucím k dosažení další konkurenční výhody, je vybudování vlastní výroby MEŘA. Z praktické části je zřejmé, že ve východočeském regionu se vyrábí dostatečné množství řepky. Velkou výhodou by bylo, že by se nemuselo MEŘO neustále převážet, což by vedlo ke snížení dopravních nákladů a pozitivnímu vlivu na ekologie. Dalším pozitivem a získání konkurenční výhody je množnost dozírání na výrobu MEŘA a následné zvýšení kvality. Získáním této konkurenční výhody by se XY, a. s. stal lepším parterem pro své zákazníky

Dalším doporučením pro XY, a. s. je zřízení vlastní dopravy – cisterny. Tento krok by znamenal získání určité konkurenční výhody, především ve smyslu zajištění B100 až „*přímo do nádrže zákazníka*“. Tento krok by zřejmě nebyl přímo ziskový, ale vedlo by to k odlišení od konkurence, větší komfort zákazníkovi, čímž by se mohlo zlepšit dobré jméno firmy.

9.2 Komparační analýza nákladovosti biopaliv

Aktuální situace nenahrává prodeji SMN B30 především z důvodu nízkých cen nafty, tím pádem dochází k vyrovnání cen SMN B30 a čisté nafty. Tudíž se pro XY, a. s. nevyplatí dotovat SMN B30 pro její nízkou využitelnost pro prodej další biopovinnosti, nutnost vysokých nákladů pro sklad. Jako hlavní palivo se pro období, kde dochází

k rozdílu nižším mezi FAME a čistou naftou 5,-- Kč/l se její jako vhodný produkt B100. Otázkou je, jak dlouho vydrží současná situace, že je produkt B100 bez spotřební daně – ozývají se zde první hlasy z Ministerstva financí, že dojde k uvalení sazby spotřební daně. Pokud by došlo k této změně legislativy, kde například díky uvalení spotřební daně by bylo FAME dražší než nafta, došlo by tím k likvidaci celého odvětví – B100 a SMN B30. A naprosté neprodejnosti produktu B100 do volného prodeje. Pokud by se tyto závěry naplnily, tak by se samozřejmě snížil podíl biopaliva v ČR a tím by došlo k většímu nárůstu Co₂, především veřejnými autobusy, které velmi často používají tento druh paliva.

Z hlediska výhodnosti jednotlivých paliv je pro sklad nejvýhodnější prodávat B100, kterou kombinují s plněním biopovinnosti a mohou vyvážet čistou naftu bez 6 % biosložky, což ukazují provedené analýzy v kapitole 8. Tato varianta dokáže skladu zajistit především konkurenceschopnost cen, jak biopaliv, tak i čisté nafty, která díky prodeji B100 dokáže být levnější až o 0,30 Kč/l a tím zajímavá pro koncového odběratele skladu.

Největším problémem pro sklad, je velmi malá možnost nabídnout klientům možnost využití faktur na splatnost

9.3 SWOT analýza

Metodou SWOT analýzy shrneme veškeré získané poznatky o společnosti XY, a. s., následně budeme definovat konkurenční výhody analyzované společnosti oproti ostatním charakterizovaným společnostem. Tato kapitola bude sloužit samozřejmě také pro tvorbu doporučení a návrhu pro zlepšení pro společnost XY, a. s.

Tabulka č. 19 – SWOT analýza společnosti XY, a. s.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - Poloha umístění skladu - Vlastní výroba komodity SMN B30 - Možnost vlastní cenotvorby na základě potřeby splnění biosložky - Silné zázemí mateřské společnosti - Nezávislost pouze na 1 výrobcu B100 - Zkušení pracovníci - Kvalitní management - Rychlá reakce na změnu cen - Bezproblémová spolupráce s úřady 	<ul style="list-style-type: none"> - Malá kapacita skladu - Finanční závislost na prodeji nafty - Nejasná vlastnická struktura - Nový územní plán Pardubic – vybudování parku v daných prostorech - Nedořešené hasičské zabezpečení - Veškerý majetek je vlastněn mateřskou společností - Státní zásahy

	<ul style="list-style-type: none"> - Neustále změny legislativy v biopalivech - Minimální růst poptávky - Nevyužívání splatnosti
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rostoucí využití skladu nafty a tím potřeba bionafty - Získání velkých dopravních společností jako výhradní dodavatel - Podílet se na výstavbě a zprovoznění výroby FAME ve východočeském regionu 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nespokojenost zaměstnanců se mzdou hrozba odchodu - Snižující se cena nafty - Substituce RMI - Konkurenční rivalita v odvětví - Státní zásahy - Změna daňové legislativy - Vstup skupiny MOL na trhu

Zdroj: [vlastní zpracování]

Silné stránky – autor jako nejvýznamnější silnou stránku spatřuje zejména cenovou politiku společnosti XY, a. s. a strategické umístění skladu. Další významnou stránkou je růst dobrého podvědomí o společnosti u zákazníků.

Slabé stránky – neposkytování splatnosti faktur je velmi slabou stránkou společnosti XY, a. s., jelikož konkurenční nadnárodní společnosti dokáží profinancovat i několikátýdenní splatnosti. Dalším negativním faktorem je nejasná vlastnická struktura umožňující kdykoliv společnost prodat.

Příležitosti – primární příležitost, kam by se měl budoucí vývoj ubírat je rozšíření svých prodejních aktivit na největší autobusové společnosti na trhu. A tím významně zvýšit svůj podíl. Výstavba vlastní provozovny na výrobu FAME je velmi zajímavým námětem a zajišťovala by XY, a. s. neproměnlivou kvalitu a mohla by přesvědčit další odběratele o kvalitě společnosti XY, a. s.

Hrozby – uvalení SPD na B100 představuje největší hrozbou, v případě uvalení daně by došlo k výraznému omezení prodeje a tím fungování společnosti XY, a. s.

Jasnou konkurenční výhodou XY, a. s. je agresivní cenová politika a strategické umístění skladu. Je tedy zřejmé, že postupný vývoj XY, a. s. vede k udržení stávající konkurenční výhody.

9.4 Návrhy a doporučení na zlepšení

Autor navrhuje pro analyzovanou společnost zejména tyto návrhy a doporučení:

- Zřízení vlastní výroby FAME ve spolupráci s místními zemědělci především pro získání konkurenční výhody, kde ne vždy jsou dodávky pouze od jednoho dodavatele a tím dochází ke změnám kvality FAME. Automobilová technika je velmi náchylná na změny kvality FAME a i když odpovídá normě, může jednotlivým dopravním prostředkům přechod od jiného výrobce. Tímto by si XY, a. s. zajistila standardní kvality, kterou by mohli odběratelům garantovat po celé období roku. Tento krok by mohl přivést nové klienty i z řad odpůrců z důvodů změn kvality FAME. Navíc bychom využili potenciál místních zemědělců, zamezilo by se zbytečným převozům z jednoho kraje či státu do druhého a navíc bychom byli schopni zajistit stálé příjmy zemědělců.
- XY, a. s. by mě měla zabývat dotovaným prodejem pouze B100, ze kterého společnosti plyne vyšší zisk a produkt SMN B30 prodávala pouze s obchodní přírážkou. V současné době si to společnost může dovolit z důvodu získání stálých klientů zejména z řad autobusových společností.
- Využívání faktur na splatnosti by zřejmě přilákalo také nové zákazníky. Ale je problematické především s platební morálkou českých firem.

ZÁVĚR

Bakalářská práce s názvem Analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu a jejich vliv na ekologie měla za cíl provést komplexní konkurenční analýzu prostředí bionafty ve východočeském regionu a jejich vliv na ekologii a následně konstruovat návrhy a doporučení pro zlepšení.

Bakalářské práce měla za cíl posoudit vhodnost a možnosti využití bionafty ve východočeském regionu a možnost soběstačnosti v produkci. Zvolený východočeský region byl upraven pouze na Pardubický a Královehradecký kraj z důvodu získání reálných dat a možnosti tedy provést analýzu a konstruovat reálné návrhy a doporučení na zlepšení.

Celá bakalářská práce byla rozdělena na dvě části, a to teoretickou a praktickou. Teoretická část si kladla za cíl vymezit pojmy z oblasti, konkurence, konkurenční analýza a metody hodnocení konkurence. Dále zde byl vymezen teoretický rámec z oblasti biopaliv, bionafty, FAME, B100 SMN B30 a ekologie, pro pochopení zkoumané problematiky.

Praktická část aplikovala získané vědomosti z teoretické části na vybranou společnost. Analyzovaná společnost si nepřála být jmenována – právě z tohoto důvodu pro ni bylo zvoleno označení XY, a. s. Jedná se o společnost, která působí v oblasti bionafty jako daňový sklad a prodejce „biopovinnosti“.

V úvodu praktické části je představena vybraná společnost XY, a. s. a její produktové portfolio. Další kapitola se zabývá cenovou politikou, která je aplikována ve společnosti XY, a. s. pro komoditu SMN B30 a B100, kde je patrné, že zvolená cenová politika je velmi agresivní snažící se být nejlevnější v oblasti i za cenu vyšších dotací. Z tohoto vyplývá, že XY, a. s. se soustředí zejména na B100 a SMN B30 využívá pouze okrajově – v zimním období. Kapitola analýza konkurence bionafty ve východočeském regionu se zabývá specifickými odvětvími s bionaftou, okolím společnosti XY, a. s. a hodnocením konkurentů. Metodou pro hodnocení konkurentů byla použita bodovací metoda, která poukazuje, že největším konkurentem v SMN B30 je UNIPETROL a B100 ČEPRO. Společnost XY, a. s. v oblasti velkoobchodu ve východočeském regionu obsluhuje 15 % trhu a v maloobchodu pouze 1 %, jak ukazuje autorem provedená analýza. Poznatky plynoucí z analýzy konkurence jsou shrnuty pomocí Porterova modelu pěti sil.

Jak z celé práce vyplývá, ve východočeském regionu je dostatek skladů, které jsou schopné zajišťovat dostatečné množství bionafty pro uspokojení poptávky po bionaftě.

V celém regionu figuruje několik dodavatelů, kteří bionaftu dováží z jiných regionů a ze zahraničí ke koncovým zákazníkům v analyzované oblasti.

Práce ukazuje, že během sezóna čisté ho FAME příliš nemění a je závislá čistě na ročním období dle zemědělské sklizně. Ve srovnání naftou a na tu navazující SMN B30, u které může docházet k velkým výkyvům dle ceny nafty, která je navázána na mnohem více okolností – např. války ve světě, embarga, sankce, politická situace a další. Po většinu období vyšlo, že nejvýhodnější palivo je FAME, které bude doplňováno čistou fosilní naftou pro automobily, které nemohou využívat bionaftu. Oproti možnosti přimíchávat 6 % biosložky do nafty, která ekonomicky vychází dražší 0,20 až 0,30 Kč/l. Ekologické hledisko by bylo nejvýhodnější do každého litru přimíchávat 6 % a navíc zvyšovat prodej obou komodit.

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] BLAŽKOVÁ, M. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3.
- [2] DED UCHOVÁ, M. *Strategie podniku*. 1. Vyd. Praha: C. H. BECK, 2001. 253 s. ISBN 80-7179-603-4.
- [3] FOTR, J. a kol. *Tvorba strategie a strategické plánování: Teorie a praxe*. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing, a. s. 2012, 384 s. ISBN 978-80-247-3985-4.
- [4] GRASSEOVÁ, M. a kol. *Analýza podniku v rukou manažera: 33 nejpoužívanějších metod strategického řízení*. 1. Vyd. Brno: Computer Press, a. s. 2010. 325 s. ISBN 978-80-251-2621-9.
- [5] HANZALCOVÁ, A. KEŘKOVSKÝ, M. ODEHNALOVÁ, D. VYKYPĚL, O. *Strategický marketing: teorie pro praxi*. 1. Vyd. Praha: C. H. Beck, 2009. 170 s. ISBN 978-80-7400-120-8.
- [6] JAKUBIKOVA, D. *Strategický marketing. Strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- [7] JOHNSON, G. *Exploring corporate strategy*. Harlow: Pearson Education, 2005. 1033 s. ISBN 0-273-68734-4.
- [8] KEŘKOVSKÝ, M. VYKYPĚL, O. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 2. Vyd. Praha: C. H. BECK, 2006. 206 s. ISBN 80-7179-453-8.
- [9] KOTLER, P. *Moderní marketing*. 1. Vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545.
- [10] REMTOVÁ, K. *Výkladový slovník základních pojmů z oblasti udržitelného rozvoje*, 1. Vyd. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR, 2009 66. s., ISBN: 978-80-7212-506-7.
- [11] SEDLÁČKOVÁ, H. BUCHTA, K: *Strategická analýza*. 2. Vyd. Praha: C. H. Beck 2006.121 s. ISBN 80-7179-367-1.
- [12] SRDEČNÝ, K. *Obnovitelné zdroje energie – přehled druhů a technologií*. 1. Vyd. Praha: Ministerstvo životního prostředí, 2001, 31 s. ISBN 978-80-7212-518-0.

- [13] SRPOVÁ, J. a kol. *Základy podnikání*. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [14] SYNEK, M. KISLINGEROVA, E. *Podniková ekonomika*. Vyd. 5. Praha: C. H. BECK, 2010, 498 s. ISBN 978-80-7400-336-3.
- [15] ŠMERDA, T a kol. *Vznětové motory vozidel: biopaliva, emise, traktory*. 2. Vyd. Praha: C. Press, 2013, 136 s. ISBN: 978-80-264-0160-5.
- [16] VEBER, J. a kol. *Management základy, prosperita, globalizace*. Praha: Management Press, 2005. 700 s. ISBN 80-7261-029-5.

Internetové zdroje

- [17] Arnika.org [online] [cit.: 2015-2-1] *Biopaliva*. Dostupné na < www.arnika.org/biopaliv>.
- [18] Ekoporadny.cz [online] [cit.: 2014-3-5] *Co jsou to biopaliva první a druhé generace – jaký je mezi nimi rozdíl*. Dostupné na: < z <http://www.ekoporadny.cz/faq/co-jsou-to-biopaliva-prvni-a-druhe-generace-jaky-je-mezi-nimi-rozdil.htm> >.
- [19] Enviweb.cz [online] [cit.: 2014-6-13] *Brusel řeší, jak vycouvat z biopaliv*. Dostupné na: < <http://www.enviweb.cz/clanek/energie/95938/brusel-resi-jak-vycouvat-z-biopaliv> >.
- [20] Kurzy.cz [online] [cit.:2015-10-1] *Pokud ropa klesne pod 39 USD, bude padat až k 30 USD*. Dostupné na: < <http://www.kurzy.cz/zpravy/375241-pokud-ropa-klesne-pod-39-usd-bude-padat-az-k-30-usd/>>.
- [21] Preol.cz [online] [cit.: 2015-13-2] *Bilance skleníkových plynů*. Dostupné na: < <http://www.preol.cz/info-pro-verejnost/bilance-sklenikovych-plynu/>>.
- [22] Osel.cz [online] [cit.:2014-4-21] *Legislativní rámec a praxe v oblasti biopaliv v EU a USA*. Dostupné na: < http://www.osel.cz/_files/6688_biopaliva%20v%20eu%20a%20usa.pdf>.
- [23] ropa.cz [online] [cit.:2014-4-21] *Biopaliva třetí generace*. Dostupné na: < <http://www.ropa.cz/zpravy/biopaliva-treti-generace/> >.

Odborné publikace

- [24] Biom.cz [online] [cit.: 2014-5-29] BAŽANTA, M.. *Bionafta a směsná motorová nafta*.. Dostupné z: <<http://biom.cz/cz/odborne-clanky/bionafta-a-smesna-motorova-nafta>>. ISSN: 1801-2655.]

Zákoníky

- [25] ČSN EN ISO 14001, Červen 2005, Český normalizační institut, 2005, 48 stran
- [26] Zákon č. 353/2003 Sb. *Zákon o spotřebních daních*
- [27] Zákon č. 17/1992 Sb. *Zákon o životním prostředí* ve znění zákona č. 123/1998 Sb. a zákona č. 100/2001 Sb.

PŘÍLOHY

Příloha č. 1

ZERTIFIKAT ♦ CERTIFICATE ♦ CERTIFICADO ♦ СЕРТИФИКАТ ♦ 認証証書 ♦ CERTIFICATE ♦ ZERTIFIKAT

F 042-028-144 (2013-06-01) (PMA)_E08_144



Certificate

according to the
Renewable Energy Directive

(DIRECTIVE 2009/28/EC of the EUROPEAN PARLIAMENT and of THE COUNCIL
of 23 April 2009 on the promotion of the use of energy from renewable sources)

EU-ISCC-Cert-CZ208-06956496

TÜV SÜD Czech s.r.o.
Novodvorská 994/138, 142 21 Prague 4, Czech Republic

approves that

ISCC EU registration number:

Czech Republic

complies with the requirements of the RED and the certification system
ISCC
(International Sustainability and Carbon Certification)
which is approved by the European Commission.

This certificate is valid from 11.04.2014 to 10.04.2015.

- The certified system user is a: Trader with (individual) warehouse.



Prague, 11.04.2014
Place, Date





Stamp, Signature

The Certification Body is responsible for the accuracy of the certificate.

TÜV SÜD Czech s.r.o. • Novodvorská 994 • 142 21 Prague 4 • Czech Republic • certification@tva-sud.cz 