Editorial

Vážení čtenáři,

aktuálně máte v ruce druhé číslo vědeckého časopisu Trendy v podnikání, který již sedmý rok vydává Fakulta ekonomická ZČU. V tomto čísle jsou publikovány příspěvky z různých oblastí podnikání se zaměřením na management, marketing a účetnictví. Tyto příspěvky jsou obohaceny rovněž o problematiku IT a doplněny zajímavým ekonomickým pohledem na teorii spotřeby.

V přehledové stati kolektivu autorů z Mendelovy univerzity se dozvídáme základní informace o míře předpojatosti CEO ve vybraných podnicích, která může výrazně ovlivnit jejich rozhodování v oblasti dividendové politiky, inovačních procesů nebo výběru nových zaměstnanců.

Další dva příspěvky reflektují aktuální a nyní velmi široce diskutovanou problematiku internetu věcí a konceptu „big data“ v kontextu Průmyslu 4.0. Autor Martinovský popisuje možnosti využití cloudu pro efektivnější řízení IT zdrojů v podniku, které mohou přispívat k pružnější reakci na změnu trhu a poptávky po produktech. Autorka Nosková se věnuje tématu business intelligence a míře jejího využívání při řízení v malých a středních podnicích. Uvedená témata mají potenciál pro další prohloubení výzkumu v kontextu ČR.

Ze zkušeností nigerijských bank v období recese vychází ve svém příspěvku zaměřeném na strategii snižování nákladů a ziskovosti podniku autoři Adeniyi a Adeniran. Mimo jiné ukazují, jaký je vliv organizační struktury a výběru pracovníků na čistý zisk malého podniku.

Příspěvek autorů Andrlíka a Fialové se zabývá daňovou podporou výzkumu a vývoje v ČR ve srovnání se situací ve světě. Tato problematika je v současnosti velmi aktuální, optimalizace daňového zatížení podniků v této oblasti může výrazně přispět k rozšíření spolupráce mezi soukromou a veřejnou sférou.

Následující dva příspěvky spadají do oblasti marketingu. Autoři Stros, Lee a Říha se věnují problematice marketingu v oblasti farmacie, a to konkrétně marketingovým faktorům ovlivňujícím úspěšnost prodejů. Druhý příspěvek od Kutláka a Taušl Procházkové obsahuje rešerši a dílčí výsledky průzkumu zaměřeného na komunikaci CSR aktivit včetně jejich reportingu. Problematika CSR představuje problematiku, které je v ČR věnována vysoká úroveň pozornosti.

Poslední příspěvek je zaměřen na moderní teorii spotřeby, která vyvozuje její specifika podle doby trvanlivosti. Mimo jiné popisuje problematiku zavedení šrotovného a jeho vliv na poptávku po produkci automobilů.

Příjemné chvíle plné inspirujících podnětů při čtení tohoto časopisu za redakční radu přeje

Jarmila Ircingová