

**Ekonomicko-správní fakulta  
Katedra podnikového hospodářství  
Masarykova univerzita v Brně  
Lipová 41 a  
602 00 Brno-Pisárky**

---

## P R Ů Z K U M

### **Konkurenceschopnost v zahraničním obchodě**

Říjen 2006

.....

Kolektiv řešitelů výzkumného úkolu GA ČR se na Vás obrací s prosbou o vyplnění následujících otázek, týkajících se konkurenceschopnosti českých podniků na zahraničních trzích z pohledu marketingu. Vámi poskytnuté informace budou hromadě zpracovány a konkrétní a adresní informace zůstanou pro veřejnost anonymní.

Jméno a příjmení tazatele (studenta ESF MU):

**Jméno podniku a sídlo:** (tato informace slouží pro kontrolní účely, nebude při vyhodnocování zpracována a jméno zůstane pro veřejnost utajené)

**1. Zařad'te, prosím, Váš podnik do některých z dále uváděných kategorií:**

- I. a) průmysl – investiční zboží. Uved'te, prosím, konkrétně:.....  
.....
- b) průmysl – spotřební zboží. Uved'te, prosím, konkrétně: .....  
.....
- c) služby. Uved'te, prosím, konkrétně:
- II. a) mikropodnik (2-9 zaměstnanců)  
b) malý podnik (10-49 zaměstnanců)  
c) střední podnik (50-249 zaměstnanců)  
d) velký podnik (250 a více zaměstnanců)  
e) OSVČ (samostatný podnikatel)
- III.<sup>1</sup> a) se zahraničním vlastníkem  
b) bez zahraničního vlastníka
- IV. rok založení(vzniku) podniku:

**I. HODNOCENÍ FINANČNÍ ÚSPĚŠNOSTI**

**1 Tržby vzhledem k potenciálu podniku a prostředí, ve kterém se nachází jsou:**

- a) vynikající b) velmi vysoké c) uspokojivé d) nedostatečné e) velmi nízké  
f) minimální

**2. Tento stav je v průběhu posledních tří let:**

- a) stejný b) zhoršuje se c) výrazně se zhoršuje c) zlepšuje se d) výrazně se zlepšuje

<sup>1</sup> Otázka se nevztahuje k variantě odpovědi e) u předchozí otázky

**3. Za hlavní příčinu/ny stavu označeného v předchozí otázce považujeme (prosím doplňte):**

**4. Zisk vzhledem k potenciálu podniku a jeho prostředí je:**

a) vynikající b) velmi dobrý c) uspokojivý d) nedostatečný e) žádný f) mírná ztráta  
g) výrazná ztráta

**5. Tento stav je v průběhu posledních tří let:**

a) stejný b) zhoršuje se c) výrazně se zhoršuje c) zlepšuje se d) výrazně se zlepšuje

**6. Za hlavní příčinu/ny stavu označeného v předchozí otázce považujeme (prosím, doplňte):**

## **II. ZAHRANIČNĚ-OBCHODNÍ AKTIVITY**

**7. Odhadněte, prosím, podíl zahraničních obchodních aktivit Vašeho podniku:**

A/ export	B/import
a) 1-30%	1-30%
b) 31-49%	31-49%
c) 50-79%	50-79%
d) 80-100%	80 – 100%

**8. Za poslední tři roky tento podíl:**

a) u exportu: a) výrazně narostl b) narostl c) zůstal stejný d) klesl e) výrazně klesl

**8a) Za hlavní příčinu/y označené skutečnosti považujete (prosím, doplňte):**

b) u importu: a) výrazně narostl b) narostl c) zůstal stejný d) klesl e) výrazně klesl

**8b) Za hlavní příčinu/y označené skutečnosti považujete (prosím, doplňte):**

**9. Pokud se při zahraničních aktivitách objevují problémy, jejich důvodem je/jsou:  
Uved'te, prosím, více problémů a popište důvody:**

1. – problémy a důvody plynoucí z vnitřního prostředí podniku:

2.- problémy a důvody plynoucí z vnějšího prostředí podniku:

**10. Zahraniční obchodní aktivity – export/import – uved'te prosím jasně doplněním, o kterou aktivitu z daných dvou při konkrétní odpovědi jde:**

a) zajišťujeme výhradně vlastními silami

b) část vlastními silami a část prostřednictvím externích zprostředkovatelů. Uved'te, prosím, důvod: .....

c) výhradně prostřednictvím externích zprostředkovatelů. Uved'te, prosím, důvod: .....

**11. V posledních třech letech došlo ke změně způsobu řešení distribuce (export), nákupu (import)**

a) ano. Uveďte, proč a jak:

b) ne. Uveďte, proč:

**12. Pro zahraničně-obchodní aktivity v posledních třech letech:**

a) jsme využili státní podporu. Uveďte, prosím, konkrétně jakou a důvod:

Byli jste s touto podporou spokojeni? Pokud ne, proč? ...

b) jsme využili podporu z fondů EU. Uveďte, prosím, konkrétně jakou a důvod:

Byli jste s touto podporou spokojeni? Pokud ne, proč? ...

c) jsme využili jiný druh podpory. Uveďte, prosím, konkrétně jakou a důvod:

d) nevyžili jsme žádnou podporu

**13. Pro podporu zahraničně-obchodních aktivit:**

a) využíváme naše členství v profesní asociaci

Pokud ano, uveďte, prosím, proč a jakým způsobem: ...

b) využíváme poradenství hospodářské (resp. obchodní) komory

Pokud ano, uveďte, prosím, proč a jakým způsobem:

c) využíváme členství v odbytovém sdružení

Pokud ano, uveďte, prosím, proč a jakým způsobem: ...

d) využíváme služeb profesionálních poradců (např. Czechtrade, Czechinvest apod.)

Pokud ano, uveďte, prosím, proč a jakým způsobem: ...

e) nevyužíváme žádnou z výše uvedených možností. Uveďte prosím, důvod: ...

**14. Jaká je/jsou konkurenční výhoda/y Vašeho podniku na zahraničním trhu?**

**15. Pokud došlo ke změně konkurenční/ích výhody na zahraničním trhu za poslední tři roky, jaké byly důvody?**

**16. Za důvody orientace obchodních aktivit na zahraničí lze označit:  
Můžete uvést i více důvodů:**

- a) malý domácí trh
- b) nižší koupěschopnost domácích zákazníků
- c) absence produktu na domácím trhu (u importu)
- d) možnost dosažení vyšší marže na zahraničním trhu
- e) absence poptávky na domácím trhu
- f) zájem vlastníka podniku
- g) jiné. Uveďte, prosím: .....

**17. Zahraničně-obchodní aktivity podniku jsou realizovány v: Uveďte, prosím země  
(resp. hosp. seskupení zemí) a podíl zemí v %:**

- |                       |        |   |
|-----------------------|--------|---|
| a) země Evropské unie | podíl  | % |
| b) USA                | podíl  | % |
| c) země ostatní       | podíl: | % |

**18. Se zahraničně-obchodními aktivitami jsou spojeny znalosti marketingu (například budování pozice na trhu, cenotvorba...), obchodní dovednosti, marketingová podpora (reklama, podpora prodeje..., balení) atd. Uveďte, co z této oblasti považujete za silnou a co naopak za slabou stránku ve Vašem podniku. Uveďte, prosím, více charakteristik.**

slabá stránka

silná stránka

**17. Přiřaďte prosím podíl využívání marketingových nástrojů v zahraničně-obchodních aktivitách Vašeho podniku v procentech (dle Vašeho odhadu).**

- |                                |   |              |   |
|--------------------------------|---|--------------|---|
| a) produkt                     | % | b) cena      | % |
| c) distribuce                  | % | d) propagace | % |
| e) jiný – uveďte, prosím, jaký | % |              |   |
| f) jiný – uveďte, prosím, jaký | % |              |   |

**18. Můžete, prosím, uvést, proč je preferován určitý nástroj před jiným?**

**19. Došlo v uplynulých třech letech k nárůstu nebo poklesu výše uvedených podílů? Uveďte, prosím, u kterého/kterých nástroje/ů, jakým směrem (+- nárůst, = pokles) a důvod/y.**

**20. Pro Vašeho partnera v zahraničí vystupujete jako tvůrce přidané hodnoty. Uveďte, prosím, v čem spočívá Vaším podnikem přidaná hodnota pro zahraniční partnery:**





**23. Pokuste se zamyslet nad otázkou, zda v jednotlivých marketingových nástrojích a marketingových činnostech při zahraničně-obchodních aktivitách existují „místa“, které je potřebné zlepšit (jsou problémy, konkurence nástroj používá lépe apod.). Uveďte je, prosím:**

a) produkt

b)cena

c) distribuce

d) propagace

e) jiný nástroj

f) výzkum/průzkum trhu

g) plánování (včetně strategického)

**Děkujeme za poskytnutí informací a za čas, který jste strávil (a) vyplňování otázek. !!!**