



CENTRUM VÝZKUMU  
KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI  
ČESKÉ EKONOMIKY



MASARYKOVA UNIVERZITA  
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ  
FAKULTA

# DOTAZNÍK

EMPIRICKÉ ŠETŘENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI  
PODNIKŮ







# DOTAZNÍK

## EMPIRICKÉ ŠETŘENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI PODNIKŮ

■ Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity provádí v rámci dlouhodobého programu Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky a v úzké spolupráci s výzkumnou organizací Augur Consulting, s. r. o. empirické šetření konkurenceschopnosti podniků se sídlem v České republice. Předmětem zájmu je reprezentativní vzorek několika set velkých a středních podniků z různých odvětví národního hospodářství.

Cílem této výzkumné aktivity je analyzovat vývojové trendy v dané oblasti a formulovat klíčové faktory, které konkurenceschopnost podporují. Z hlediska rozsahu a komplexnosti řešení jde o ojedinělou akci. Její výsledky přispějí nejen k rozvoji teoretického poznání, využitelného ve výuce vysokoškolských studentů i ve specializovaných kurzech pro manažery, ale, a to zejména, budou zdrojem poznání pro podnikovou praxi, především pro ty podniky, které se daného šetření zúčastní.

Významným zdrojem primárních informací jsou, vedle veřejně dostupných informací z databází a webových stránek podniků, informace z dotazníků vyplněných respondenty ve spolupráci s tazateli.

Dotazník se skládá ze dvou částí. Část A zjišťuje názory respondenta na faktory konkurenceschopnosti šetřeného podniku, část B zjišťuje charakteristiky daného podniku.

Informace zjišťované prostřednictvím dotazníku nepředstavují většinou přesné a podrobné statistické údaje, které by bylo třeba složitě vyhledávat v podnikových databázích. Jde spíše o získávání názorů a kvalifikovaných odhadů.



# A FAKTORY KONKURENCESCHOPNOSTI PODNIKU



**Konkurenceschopnost je chápána jako schopnost podniku obstát v soutěži s konkurenty na trhu produktů (tj. výrobků resp. služeb).** Podnik vysoce konkurenceschopný disponuje značnou konkurenční výhodou, to znamená, že je v řadě důležitých oblastí (v řadě faktorů) lepší než jeho významní konkurenti, což mu umožňuje být na trhu úspěšnější než tito konkurenti.

## A1. Které podniky patří k **nejvýznamnějším konkurentům** Vašeho podniku v **České republice**?

Název podniku	Podíl na trhu
01  .....	..... %
02  .....	..... %
03  .....	..... %
04  .....	..... %
05 Uvedte podíl Vašeho podniku v České republice.	..... %

Které podniky patří k **nejvýznamnějším konkurentům** Vašeho podniku **na těch zahraničních trzích**, které mají pro váš podnik strategický význam?

Název podniku	Podíl na trhu
06  .....	..... %
07  .....	..... %
08  .....	..... %
09  .....	..... %
10 Uvedte podíl Vašeho podniku.	..... %

## K1. Případný další komentář k otázce A1 (Uvedte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.)

11 .....

.....

.....

.....

.....

## ■ Vnitřní faktory konkurenceschopnosti:

Každá z oblastí, tj. každý z potenciálních faktorů konkurenceschopnosti, nemusí mít díky specifickým podmínkám na konkurenceschopnost stejně významný vliv. Například vliv levné pracovní síly na konkurenceschopnost je u podniků s velkým podílem lidské práce větší než u podniků s malým podílem lidské práce.

Z uvedených důvodů je proto u každého faktoru zvlášť zjišťována

- jeho hodnota (v porovnání s konkurenty),
- vliv hodnoty tohoto faktoru na konkurenceschopnost daného podniku.

U následujících otázek zakroužkujte příslušnou hodnotu bodovací škály.




	Hodnocení Vašeho podniku					Vliv na konkurenceschopnost Vašeho podniku				
	výrazně nižší	mírně nižší	přibližně stejná	mírně vyšší	výrazně vyšší	silně negativní vliv	mírně negativní vliv	žádný vliv	mírně pozitivní vliv	silně pozitivní vliv
A2. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, <b>inovační aktivitu</b> Vašeho podniku v oblasti rozvoje svých produktů (výrobků či služeb)? 12	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A3. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, schopnost Vašeho podniku <b>pružně přizpůsobovat</b> své produkty požadavkům zákazníků? 13	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A4. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, <b>kvalitu produktů</b> Vašeho podniku? 14	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A5. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, <b>náklady na pracovní sílu</b> ve Vašem podniku? 15	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A6. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, <b>ostatní náklady</b> ve Vašem podniku? 16	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A7. Jaká je, v porovnání s konkurenty, <b>úroveň kvalifikace pracovníků</b> Vašeho podniku? 17	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A8. Jaká <b>péče</b> je, v porovnání s konkurenty, věnována <b>zákazníkům</b> Vašeho podniku? 18	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A9. Jaký <b>přístup</b> má, v porovnání s konkurenty, Váš podnik <b>ke zdrojům financování</b> ? 19	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A10. Jak je ceněno, v porovnání s konkurenty, <b>jméno</b> (resp. <b>značka</b> ) Vašeho podniku? 20	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A11. Uvedte <b>další vnitřní faktory</b> včetně jejich charakteristik a vlivu na konkurenceschopnost Vaší společnosti, pokud je považujete za dostatečně významné. 21	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
22	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
23	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
K2. <b>Případný další komentář</b> (Uvedte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.) 24										

## Vnější faktory konkurenceschopnosti:

Ze stejných důvodů jako u vnitřních faktorů konkurenceschopnosti je rovněž u vnějších faktorů konkurenceschopnosti zvlášť sledována hodnota každého faktoru a zvlášť její vliv na konkurenceschopnost.

U vnějších faktorů konkurenceschopnosti je třeba si uvědomit, že tatáž hodnota určitého faktoru může pro silné a dynamické podniky představovat rozvojovou příležitost, pro slabé podniky či podniky se strategií stability ohrožení, popř. situaci, kterou nemohou či nechtějí využít. Například vysoký konkurenční boj představuje pro silný podnik šanci k potlačení konkurentů a ovládnutí trhu, naopak pro slabý podnik znamená ohrožení jeho existence, resp. vytačení z trhu. Podobně rozšíření trhů znamená potenciální zvýšení konkurenceschopnosti pouze pro ty podniky, které jsou schopny expandovat.

U následujících otázek zakroužkujte příslušnou hodnotu bodovací škály.

	Hodnocení Vašeho podniku					Vliv na konkurenceschopnost Vašeho podniku				
	velmi nízký(á)	nízký(á)	střední	vysoký(á)	velmi vysoký(á)	silně negativní vliv	mírně negativní vliv	žádný vliv	mírně pozitivní vliv	silně pozitivní vliv
<b>A 12. Konkurenční boj</b> na trzích produktů, kde působí 25 Váš podnik, je:	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
<b>A 13. Vyjednávací síla odběratelů</b> Vašeho podniku je: 26	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
<b>A 14. Vyjednávací síla dodavatelů</b> Vašeho podniku je: 27	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
<b>A 15. Zájem vstoupit do pracovního poměru</b> ve Vašem 28 podniku je:	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
<b>A 16. Korupce</b> v prostředí, ve kterém podniká 29 Váš podnik, je:	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
<b>A 17. Podpora Vašeho podniku ze strany</b> 30 <b>státních orgánů</b> je:	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
<b>A 18. Podpora Vašeho podniku ze strany</b> 31 <b>místních orgánů veřejné správy</b> je:	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
<b>A 19. Uvedte další vnější faktory</b> včetně jejich charakteristik a vlivu na konkurenceschopnost Vaší společnosti, pokud je považujete za dostatečně významné.										
32  .....	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
33  .....	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
34  .....	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑
	velmi zužuj	zužuj	nemění	poněkud rozšiřuj	velmi rozšiřuj	silně negativní vliv	mírně negativní vliv	žádný vliv	mírně pozitivní vliv	silně pozitivní vliv
<b>A 20. Trhy produktů</b> , kde působí Váš podnik se: 35	1	2	3	4	5	↓	↓	→	↗	↑

**K3. Případný další komentář** (Uvedte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.)

36  .....

.....

.....

## B CHARAKTERISTIKA PODNIKU



### Vysvětlivky k tabulkám uvedeným v části B

V dotazníku nejde jen o zachycení stávajícího stavu, ale též o postižení vývojových trendů.

Z tohoto důvodu je ve většině tabulek sledována nejen stávající situace, ale též minulý trend a budoucí trend.

**Dynamika vývoje je zachycena takto:**

**Minulý trend** – trend v uplynulých cca pěti letech (tj. od cca roku 2002); na základě rámcového hodnocení se uvede, zda sledovaná veličina převážně rostla ↗, zůstávala stejná →, nebo nastával pokles ↘.

**Stávající situace** – současnost, rok 2007; hodnota sledované veličiny je zachycena buď na bodovací škále, nebo v procentech, popřípadě jiným způsobem.

**Budoucí trend** – trend v budoucích cca pěti letech (tj. do cca roku 2012); na základě kvalifikovaného odhadu se uvede, zda lze předpokládat, že sledovaná veličina bude převážně růst ↗, zůstane stejná →, nebo nastane pokles ↘.

## B1. SOUHRNNÁ ČÁST

### B 1.1. Uveďte, jakou **důležitost** mají níže uvedené **zájmové skupiny** (stakeholders) pro Váš podnik.

Zájmové skupiny (stakeholders)	Minulý trend			Stávající situace					Budoucí trend		
	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
37 Vlastníci	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
38 Zaměstnanci	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
39 Zákazníci	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
40 Dodavatelé	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
41 Věřitelé	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
42 Stát	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
43 Komunita v okolí podniku (Subjekty v okolí podniku)	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗

1 **nedůležitá** zájmová skupina  
5 **vysoce důležitá** zájmová skupina

### B 1.2. Má Váš podnik **samostatné provozovny** v České republice, jejichž sídlo je jinde než sídlo podniku?

(Provozovnou se myslí vnitřní součást podniku, nikoliv dceřiná společnost)

1 NE    2 ANO → Počet .....

Pokud ano, uveďte sídla provozoven:

Obec	Kód obce <sup>A</sup>	Počet zaměstnanců	Okres <sup>A</sup>	Kód okresu <sup>A</sup>	Kraj	Kód kraje <sup>A</sup>
45  .....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
46  .....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
47  .....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
48  .....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
49  .....	.....	.....	.....	.....	.....	.....

50 Případný komentář<sup>B</sup> .....

Vysvětlivky: **A** Uveďte dle číselníku obcí, okresů a krajů.

**B** Uveďte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.

B 1.3. Má Váš podnik **samostatné provozovny**,

51 jejichž sídlo je v zahraničí?

(Provozovnou se myslí vnitřní součást podniku, nikoliv dceřiná společnost)

1 NE

2 ANO → Počet



.....

Pokud ano, uveďte sídla provozoven:

Země	Kód země <sup>A</sup>	Počet zaměstnanců
52	.....	
53	.....	
54	.....	
55	.....	
56 Případný komentář		

Vysvětlivky: **A** Uveďte dle číselníku zemí.B 1.4. Existují ve Vašem podniku **relativně autonomní organizační jednotky** <sup>A</sup> (divize, závody apod.)?

1 NE

2 ANO → Počet



.....

Pokud ano, jak je tato **autonomie realizována?**1 nízká autonomie  
3 střední autonomie  
5 vysoká autonomie

Oblast	Minulý trend	Stávající situace					Budoucí trend
58 Plánování výrobního programu	↓ → ↗	1	2	3	4	5	↓ → ↗
59 Jednání s odběrateli	↓ → ↗	1	2	3	4	5	↓ → ↗
60 Plánování materiálových vstupů	↓ → ↗	1	2	3	4	5	↓ → ↗
61 Jednání s dodavateli	↓ → ↗	1	2	3	4	5	↓ → ↗
62 Plánování rozvoje pracovních sil	↓ → ↗	1	2	3	4	5	↓ → ↗
63 Výběh a přijímání pracovníků	↓ → ↗	1	2	3	4	5	↓ → ↗

Vysvětlivky: **A** Jedná se o organizační jednotky bez právní subjektivity.**1** Autonomie v dané oblasti je nízká; to znamená, že o dané oblasti rozhoduje ředitelství podniku, dané organizační jednotce jsou direktivně stanoveny relativně podrobné úkoly.**3** Autonomie v dané oblasti je střední; to znamená, že organizační jednotka je vyzvána k tomu, aby v dané oblasti předložila návrh, který s ní podnikové ředitelství projedná a v návaznosti na to stanoví organizační jednotce úkoly.**5** Autonomie v dané oblasti je vysoká; to znamená, že podnikové ředitelství po projednání s organizační jednotkou jí stanovuje pouze velmi rámcové úkoly.B 1.5. Kolik **stupňů řízení** (v hlavní linii) má Váš podnik?

64



.....

Vysvětlivka: Uvede se počet vedoucích, kteří jsou mezi dělníkem hlavní výroby a ředitelem podniku (včetně), přičemž první v této řadě je přímý nadřízený dělníka.

B 1.6. Je Váš podnik **součástí koncernu**?

65

1 NE

2 ANO → Název:



.....

66 Uveďte zemi sídla koncernu:



.....



..... Kód země dle číselníku.

B 1.7. Kolik **dceřiných společností** má Váš podnik?

67



.....

68 Z toho s kapitálovou účastí Vašeho podniku nad 50%



.....

K 4. **Případný další komentář** (Uveďte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.)

69



.....

.....

.....



## B2. VLASTNÍCI, MAJETEK

### B2.1. Uvedte typ vlastnické struktury Vašeho podniku.

Zařaďte vlastnickou strukturu podniku do jednoho z uvedených typů. Odpovídající typ (pouze jeden) z výběru 01 až 21 se označí zakroužkováním. Pokud konkrétní strukturu zařadit nelze (XX), uveďte se její stručná charakteristika (obdobně jako u výše uvedených typů).

TYP	Velikostní struktura hlavních vlastníků	Typ vlastníka <sup>A</sup>	Země vlastníka, resp. vlastníků <sup>B</sup>	Součást koncernu <sup>C</sup>	Velikostní struktura dalších vlastníků	
01	Jediný vlastník	FO	.....	—	NE	—
02	Jediný vlastník	PO	.....	—	NE	—
03	Jediný vlastník	PO	.....	—	ANO	—
04	Majoritní vlastník	FO	.....	—	NE	několik minoritních vlastníků
05	Majoritní vlastník	PO	.....	—	NE	několik minoritních vlastníků
06	Majoritní vlastník	PO	.....	—	ANO	několik minoritních vlastníků
07	Majoritní vlastník	FO	.....	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
08	Majoritní vlastník	PO	.....	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
09	Majoritní vlastník	PO	.....	—	ANO	mnoho minor. a drob. vlastníků
10	Několik velkých vlastníků	FO	<b>CZ</b>	—	NE	—
11	Několik velkých vlastníků	FO+PO	<b>CZ</b>	—	NE	—
12	Několik velkých vlastníků	PO	<b>CZ</b>	—	NE	—
13	Několik velkých vlastníků	FO	.....	—	NE	—
14	Několik velkých vlastníků	FO+PO	.....	—	NE	—
15	Několik velkých vlastníků	PO	.....	—	NE	—
16	Několik velkých vlastníků	FO	<b>CZ</b>	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
17	Několik velkých vlastníků	FO+PO	<b>CZ</b>	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
18	Několik velkých vlastníků	PO	<b>CZ</b>	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
19	Několik velkých vlastníků	FO	.....	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
20	Několik velkých vlastníků	FO+PO	.....	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
21	Několik velkých vlastníků	PO	.....	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
XX	Jiná vlastnická struktura	.....	.....	—	NE	.....

Vysvětlivky **A** FO – fyzická osoba, PO – právnická osoba

**B** Uvede se země vlastníka, resp. vlastníků.

**C** Zjištění, zda je podnik součástí koncernu; připadá v úvahu prakticky pouze v případech, kdy je jediným, resp. majoritním vlastníkem právnická osoba.

### B2.2. Změnila se v uplynulých cca pěti letech

71 **vlastnická struktura** Vašeho podniku?  1 NE  2 ANO → Jakým způsobem: <sup>A</sup> .....

72 Očekáváte, že se **vlastnická struktura bude měnit** v příštích cca pěti letech?  1 NE  2 ANO → Jakým způsobem: <sup>A</sup> .....

Vysvětlivky: **A** Uvedte kód příslušného typu z výběru 01 až 21 dle definice v otázce B 2.1.

**B2.3. Jakým podílem z celkového počtu jsou v následujících**  
73 orgánech Vaší akciové společnosti **zastoupeni vlastníci**,  
jejichž vlastnický podíl přesahuje 5 %?

Představenstvo společnosti

Dozorčí rada společnosti

..... %

..... %

**B2.4. Kolik členů top managementu je zároveň vlastníky,**  
74 jejichž vlastnický podíl přesahuje 5 %?

.....

**B2.5. Na jaké úrovni je vybavení Vašeho podniku**  
**hmotným majetkem?**

1 zastaralé, na hranici morální a fyzické životnosti  
5 na špičkové úrovni

Minulý trend

Stávající situace

Budoucí trend

75 Úroveň rozhodujících složek  
hmotného majetku:











*Vysvětlivky: Uveďte, na jaké převažující úrovni jsou rozhodující složky hmotného majetku tj. stroje, zařízení, ostatní technické prostředky, budovy a další složky, důležité pro funkceschopnost a dosahování cílů společnosti.*

**B2.6. Které z níže uvedených softwarových aplikací užívá Váš podnik (v případě komplexní agendy zaškrtněte vše)?**

Označení softwarové aplikace	Současný stav		Uvažujete o zavedení či obměně do cca jednoho roku?	
76 Moduly MRP (řízení výroby)	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>
77 Moduly pro personální agendy	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>
78 Moduly pro účetní agendy	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>
79 Moduly CRM (řízení vztahů se zákazníky)	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>
80 Moduly SCM (řízení dodavatelského řetězce)	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>
81 MIS (podpora rozhodování manažerů)	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>
82 Intranet	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>
83 Kancelářské aplikace (MS Office apod.)	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>

**B2.7. Je propojení softwarových aplikací,**  
84 které používá Váš podnik, vyhovující?

1 zcela nevyhovující 5 plně vyhovující






**K5. Případný další komentář (Uveďte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.)**

85



.....

.....

.....

.....

## B3. ZAMĚŠTNANCI

**B3.1.** Uvedte počty zaměstnanců Vašeho podniku dle níže specifikovaných skupin.

Uvedte průměrný roční přepočtený stav zaměstnanců

	Minulý trend	Stávající situace			Budoucí trend
86 Celkem zaměstnanců	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
87 Z toho: počet žen	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
88 Z toho: počet pracovníků s VŠ vzděláním	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
89 Technicko-hospodářští pracovníci <sup>A</sup>	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
90 Z toho: Vrcholový management <sup>1</sup>	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
91 Z toho: počet žen	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
92 počet cizinců	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
93 Nižší management <sup>B2</sup>	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
94 Ostatní technicko-hospodářští pracovníci	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
95 Z toho: techničtí pracovníci <sup>BC3</sup>	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
96 pracovníci nákupu a prodeje <sup>BC4</sup>	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
97 administrativní pracovníci <sup>BC5</sup>	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
98 Dělníci <sup>A</sup>	↘ → ↗	.....			↘ → ↗
99 Z toho: počet cizinců	↘ → ↗	.....			↘ → ↗

Vysvětlivky: **A** Uvede se v souladu se statistickým výkazem.

**B** Uvedou se na základě kvalifikovaného odhadu.

**C** Mimo vedoucí pracovníky.

**1** Generální ředitel, resp. ředitel společnosti, odborní ředitelé, resp. náměstci, ředitelé závodů, resp. divizí.

**2** Všichni ostatní manažeři, tj. střední management a management první linie (vedoucí provozů, dílen, mistrů, vedoucí úseků, odborů, oddělení a pod.).

**3** Pracovníci výzkumu a vývoje, technické přípravy výroby, operátoři a obsluha výpočetní techniky apod.

**4** Pracovníci útvarů nákupu a prodeje, včetně obchodních zástupců, marketingu apod.

**5** Pracovníci sekretariátů, personálního úseku, ekonomického úseku, právního oddělení, další administrativní pracovníci.

**B3.2.** Jak velká je fluktuace ve Vašem podniku?

	Minulý trend	Stávající situace			Budoucí trend
100 Míra fluktuace:	↘ → ↗	1	2	3	↘ → ↗
		< 2 %	2–10 %	> 10 %	

Vysvětlivky: **1** Fluktuace je zanedbatelná, počet zaměstnanců, kteří v průběhu roku rozvážou pracovní poměr, nepřekračuje cca 2% (z celkového počtu zaměstnanců).

**2** Fluktuace je střední, počet zaměstnanců, kteří v průběhu roku rozvážou pracovní poměr, se pohybuje zhruba mezi cca 2 až 10%.

**3** Fluktuace je vysoká, počet zaměstnanců, kteří v průběhu roku rozvážou pracovní poměr, překračuje 10%.

Poznámka: Předmětem sledování nejsou odchody do důchodu ani opakované propouštění a opětné přijímání sezónních pracovníků.

**B3.3.** Pokud zaměstnanec odchází z vlastní iniciativy, které důvody ho k tomu vedou?

Důvody

1 nevyskytuje se  
2 vyskytuje se jen občas  
3 vyskytuje se často

101 Reorganizace a nutnost přeškolení	1	2	3
102 Nízký plat	1	2	3
103 Nezajímavá práce	1	2	3
104 Nedostatečné možnosti kariérního růstu	1	2	3
105 Špatné vztahy se spolupracovníky, resp. s nadřízeným	1	2	3
106 Osobní důvody (rodinné, zdravotní apod.)	1	2	3
107 Jiné důvody: ..... 1 2 3	1	2	3

**B3.4.** Sledují se a vyhodnocují se systematicky důvody odchodů zaměstnanců z podniku?

1 ANO

2 NE

108

**B3.5.** Kolik procent z celkové mzdy tvoří **pohyblivá složka mzdy**<sup>A</sup> dle níže specifikovaných skupin zaměstnanců Vašeho podniku.

	Minulý trend				Budoucí trend		
109 Vrcholový management	↘	→	↗	..... %	↘	→	↗
110 Nižší management	↘	→	↗	..... %	↘	→	↗
111 Techničtí pracovníci	↘	→	↗	..... %	↘	→	↗
112 Pracovníci nákupu a prodeje	↘	→	↗	..... %	↘	→	↗
113 Administrativní pracovníci	↘	→	↗	..... %	↘	→	↗
114 Dělníci	↘	→	↗	..... %	↘	→	↗

*Vysvětlivky: A Jedná se o horní limity pohyblivé složky mzdy dle pravidel odměňování, nikoliv o skutečně vyplacené částky. Pohyblivá složka mzdy je závislá na rozsahu a kvalitě pracovního výkonu zaměstnance. Patří do ní prémie, výkonové odměny, bonusy, provize, podíly na zisku apod.*

**B3.6.** Jaký vliv na motivaci pracovníků Vašeho podniku má výše uvedená **pohyblivá složka mzdy**?

	Minulý trend			Stávající situace					Budoucí trend		
				1 zanedbatelný	5 velmi vysoký						
115	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗

**B3.7.** Uveďte, které **typy zaměstnaneckých výhod** Váš podnik poskytuje.

Typ zaměstnaneckých výhod	Komu:			
116 Akciové opce	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
117 Služební automobil k soukromým účelům	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
118 Služební mobilní telefon	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
119 Poskytnutí notebooku, připojení k internetu pro práci doma	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
120 Zajištění stravování	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
121 Příspěvky na dopravu, ubytování	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
122 Zajišťování možnosti rekreace, sportu, kultury	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
123 Poskytování půjček	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
124 Příspěvky na důchodové připojištění	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
125 Příspěvky na životní pojištění	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
126 Podpora vzdělávání zaměstnanců na základě jejich iniciativy	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
127 Kafeteria systém	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
128 Jiné: .....	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
129 .....	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....
130 .....	1 nikomu	2 všem	3 některým	.....

**B3.8.** Jaké **prostředky** vynakládá Váš podnik na **zaměstnanecké výhody**?

	Minulý trend			Stávající situace <sup>A</sup>		Budoucí trend		
131	↘	→	↗	..... (%)	↘	→	↗	
132 Sleduje podnik tyto náklady systematicky?				1 ANO	2 NE			

*Vysvětlivky A Uveďte jako relaci v procentech vůči personálním nákladům. Pokud se dané náklady systematicky nesledují, uveďte kvalifikovaný odhad.*

**B3.9.** Jaký vliv na motivaci pracovníků Vašeho podniku mají výše uvedené **zaměstnanecké výhody**?

	Minulý trend			Stávající situace					Budoucí trend		
				1 zanedbatelný	5 velmi vysoký						
133	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗

## B3.10. Jaké prostředky vynakládá Váš podnik

134 na vzdělávání zaměstnanců?

Minulý trend	Stávající situace <sup>A</sup>	Budoucí trend
<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>	<input type="text" value="..... (%)"/>	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>
	<input type="button" value="1"/> ANO <input type="button" value="2"/> NE	

Vysvětlivky **A** Uveďte jako relaci v procentech vůči personálním nákladům. Pokud se dané náklady systematicky nesledují, uveďte kvalifikovaný odhad.

## K6. Případný další komentář (Uveďte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.)

136



.....

.....

.....

## B4. ODBĚRATELÉ, ZÁKAZNÍCI

**Odběratelé** jsou ty subjekty, které bezprostředně odebírají od Vašeho podniku jeho produkty (výrobky, či služby).

**Zákazníci** jsou ty subjekty, pro které jsou určeny produkty Vašeho podniku.

Mezi Vaším podnikem a Vaším zákazníkem mohou v roli Vašich odběratelů být organizace velkoobchodu a maloobchodu.

Pokud tomu tak není, jsou odběratelé zároveň zákazníky.

## B4.1. Jakou obchodní strategii Váš podnik uplatňuje?

137 Označte v příslušném kvadrantu.

zaměření na nízké ceny  
a nízké nákladyzaměření na specifický charakter výrobků  
s možností požadovat vyšší ceny

<b>široké zaměření</b>	široký rozsah výroby široký okruh zákazníků	<input type="button" value="1"/> COST LEADERSHIP	<input type="button" value="2"/> DIFFERENTIATION
<b>úzké zaměření</b>	úzký rozsah výroby úzký okruh zákazníků	<input type="button" value="3"/> COST FOCUS	<input type="button" value="4"/> DIFFERENTIATION FOCUS

## B4.2. Odhadněte procentuální podíl na tržbách dle níže uvedených typů odběratelů Vašeho podniku.

Typ odběratele	Minulý trend	Podíl na tržbách (%) Stávající situace	Budoucí trend
138 Strategičtí odběratelé	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>	<input type="text" value="..... %"/>	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>
139 Ostatní odběratelé	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>	<input type="text" value="..... %"/>	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>
145 z toho: Podíl tržeb ze zakázek financovaných z veřejných zdrojů	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>	<input type="text" value="..... %"/>	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>
<b>Celkem</b>		<b>100 %</b>	

## B4.3. Uveďte míru stability odběratelů Vašeho podniku.

1 nízká stabilita odběratelů  
5 vysoká stabilita odběratelů

Typ odběratele	Minulý trend	Stávající situace	Budoucí trend
146 Strategičtí odběratelé	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>	<input type="button" value="1"/> <input type="button" value="2"/> <input type="button" value="3"/> <input type="button" value="4"/> <input type="button" value="5"/>	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>
147 Ostatní odběratelé	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>	<input type="button" value="1"/> <input type="button" value="2"/> <input type="button" value="3"/> <input type="button" value="4"/> <input type="button" value="5"/>	<input type="button" value="↘"/> <input type="button" value="→"/> <input type="button" value="↗"/>

Vysvětlivky: **1** Stabilita odběratelů je nízká; to znamená, že odběratelé Vašeho podniku se neustále mění, vztahy jsou tedy spíše epizodické.

**5** Stabilita odběratelů je vysoká; to znamená, že Váš podnik má stabilní odběratele, vztah mezi podnikem a jejími odběrateli jsou dlouhodobé.

## B4.4. Z jakých teritorií jsou zákazníci Vašeho podniku?

Teritorium	Minulý trend	Podíl na tržbách (%) <sup>A</sup>		Budoucí trend
		Stávající situace		
150 Region <sup>B</sup>	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
151 Ostatní tuzemsko	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
152 Zahraničí <sup>C</sup>	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
153 z toho: <sup>D</sup> .....	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
154  .....	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
155  .....	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
156  .....	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
157 Ostatní <sup>E</sup>	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
Celkem		100 %		

Vysvětlivky **A** Uvede se odhad procentuálního podílu na tržbách.

**B** „Region“: jedná se o zákazníky nacházející se do vzdálenosti zhruba 50 km od sídla podniku, resp. jeho příslušné provozovny,

**C** Uvede se export celkem.

**D** Údaje o exportu se rozvedou dle jednotlivých zemí (viz číselník zemí), nebo dle teritorií (viz číselník teritorií). Pokud se jedná o větší počet zemí, uvedou se čtyři největší, zbytek se zahrne pod položku ostatní (**E**). V případě, že se jedná o zákazníky víceméně rovnoměrně rozprostřené do velkého počtu zemí v globálním rozměru, pak se použije hrubší členění na teritoria (viz číselník teritorií).

## B4.5. Uvedte specifickou Vašeho podniku.

Specifická	Podíl na tržbách
158 Velmi specifické produkty <sup>A</sup>	.....
159 Spíše specifické produkty	.....
160 Spíše standardizované produkty	.....
161 Velmi standardizované produkty <sup>B</sup>	.....
Celkem	100 %
162 Specifická Vašich produktů v uplynulých cca pěti letech v průměru spíše	1 klesala      2 zůstávala stejná      3 rostla
163 Specifická Vašich produktů v budoucích cca pěti letech v průměru spíše	1 bude klesat      2 zůstane stejná      3 bude růst

Vysvětlivky: **A** **Velmi specifické produkty**: jde o výrobky specializovaného, resp. individualizovaného zaměření, tedy o výrobky „šité na míru“ Vašim zákazníkům. Takové výrobky jsou mnohdy vyvíjeny ve spolupráci se zákazníkem a jejich dodávky jsou často spojované s poprodejními službami. Zákazník není v krátké době zpravidla schopen přejít k jinému dodavateli.

**B** **Velmi standardizované produkty**: jde o výrobky standardizovaného charakteru, které zákazník může bez větších problémů nahradit výrobky Vašich konkurentů.

## K7. Případný další komentář (Uvedte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.)

164 .....

.....

## B5. DODAVATELÉ

Jedná se o dodavatele surovin, materiálu, polotovarů a komponent pro výrobu. Dodavatelé ostatních vstupů (investice, inventář apod.) nejsou předmětem šetření.

### B5.1. Odhadněte **percentuální podíl na objemu nákupu** dle níže uvedených typů dodavatelů Vašeho podniku.

Typ dodavatele	Minulý trend	Podíl na objemu nákupu (%)		Budoucí trend
		Stávající situace		
165 Strategičtí dodavatelé	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
166 Ostatní dodavatelé	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
<b>Celkem</b>			<b>100 %</b>	

### B5.2. Uveďte **míru stability dodavatelů** Vašeho podniku.

Typ dodavatele	Minulý trend	Stávající situace					Budoucí trend
		1	2	3	4	5	
171 Strategičtí dodavatelé	↓ → ↗	1	2	3	4	5	↓ → ↗
172 Ostatní dodavatelé	↓ → ↗	1	2	3	4	5	↓ → ↗





Vysvětlivky: **1** Stabilita dodavatelů je nízká; to znamená, že dodavatelé Vašeho podniku se neustále mění, vztahy jsou tedy spíše epizodické.  
**5** Stabilita dodavatelů je vysoká; to znamená, že Váš podnik má stabilní dodavatele, vztahy mezi podnikem a jeho odběrateli jsou dlouhodobé.

### B5.3. Z jakých **teritorií** jsou dodavatelé Vašeho podniku?

Teritorium	Minulý trend	Podíl na objemu nákupu (%) <sup>A</sup>		Budoucí trend
		Stávající situace		
175 Region <sup>B</sup>	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
176 Ostatní tuzemsko	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
177 Zahraničí <sup>C</sup>	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
178 z toho: <sup>D</sup> .....	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
179  .....	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
178  .....	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
179  .....	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
180 Ostatní <sup>E</sup>	↓ → ↗	.....	%	↓ → ↗
<b>Celkem</b>			<b>100 %</b>	

Vysvětlivky **A** Uvede se odhad percentuálního podílu na nákupu (v peněžním vyjádření).  
**B** „Region“: jedná se o dodavatele nacházející se do vzdálenosti zhruba 50km od sídla podniku, resp. jeho provozovny, pro kterou jsou určeny dodávky.  
**C** Uvedou se dodávky ze zahraničí celkem.  
**D** Údaje o dodávkách ze zahraničí se rozvedou dle jednotlivých zemí (viz číselník zemí), nebo dle teritorií (viz číselník teritorií). Pokud se jedná o větší počet zemí, uvedou se čtyři největší, zbytek se zahrne pod položku ostatní (E). V případě, že se jedná o dodavatele víceméně rovnoměrně rozprostřené do velkého počtu zemí v globálním rozměru, pak se použije hrubší členění na teritoria (viz číselník teritorií).

**B5.4. Uvedte specifičnost dodávek.**

Specifičnost	Podíl na dodávkách
181 Velmi specifické dodávky <sup>A</sup>	 .....
182 Spíše specifické dodávky	 .....
183 Spíše standardizované dodávky	 .....
184 Velmi standardizované dodávky <sup>B</sup>	 .....
Celkem	100 %


  

185 Specifičnost dodávek pro Váš podnik v uplynulých cca pěti letech v průměru spíše	<input type="checkbox"/> 1 klesala	<input type="checkbox"/> 2 zůstávala stejná	<input type="checkbox"/> 3 rostla
186 Specifičnost dodávek pro Váš podnik v budoucích cca pěti letech v průměru	<input type="checkbox"/> 1 bude klesat	<input type="checkbox"/> 2 zůstane stejná	<input type="checkbox"/> 3 bude růst

**Vysvětlivky:** **A Velmi specifické dodávky:** jde o dodávky surovin, materiálů, polotovarů a komponent specializovaného, resp. individualizovaného zaměření, „šité na míru“ zákazníkovi (tj. Vašemu podniku). Dodávané produkty jsou mnohdy vyvíjené ve spolupráci se zákazníkem a jejich dodávky jsou často spojované s prodejnými službami. Případný přechod k jinému dodavateli by pro Vás byl obtížný a jeho realizace dlouhodobá a nákladná.

**B Velmi standardizované dodávky:** jde o dodávky surovin, materiálů, polotovarů a komponent standardizovaného charakteru, které jsou na trhu běžně k dostání; přechod k jinému dodavateli lze realizovat bez problémů.

**B5.5. Ohodnoťte důležitost uvedených kritérií při výběru nového dodavatele (resp. při hodnocení stávajícího).**

Kritérium	Minulý trend	1 zcela nedůležité 5 velmi důležité					Stávající situace	Budoucí trend					
		1	2	3	4	5		↓	→	↗			
187 Cena produktů	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
188 Platební podmínky	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
189 Ostatní dodací podmínky (doprava, převzetí rizika)	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
190 Kvalita produktů	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
191 Certifikát jakosti dodavatele	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
192 Doba působení dodavatele na trhu	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
193 Reference jiných odběratelů	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
194 Soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti (CSR) Vašeho podniku	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
Jiné kritérium:													
195  .....	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
196  .....	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗
197  .....	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	↓ → ↗

**K8. Případný další komentář (Uvedte, prosím, ke které položce se komentář vztahuje.)**

198  .....

.....

.....

.....

.....



## B6. SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST, KODEXY, CERTIFIKÁTY

**Společenskou odpovědnost podniku** chápeme jako **dobrovolné** integrování **sociálních a ekologických hledisek** do každodenních podnikových operací a interakcí se zájmovými skupinami (stakeholdery).

**B6.1.** Kterými formami se Váš podnik angažuje ve smyslu tzv. **společenské odpovědnosti podniků (CSR)**?

Forma		Příklad
199 Firemní dobrovolnictví	1 ANO 2 NE	akční den, mentoring, partnerství v managementu, stínování, sociální praxe
200 Firemní dárcovství	1 ANO 2 NE	materiální dary, payroll giving, matchingový fond, služby pro bono, ostatní finanční dary
201 Firemní nadace	1 ANO 2 NE	
202 Partnerské programy	1 ANO 2 NE	rozvojové projekty, secondment, poskytování stipendií
203 Sponzoring	1 ANO 2 NE	cause related marketing, jiné formy sponzoringu
204 Snižování dopadů na životní prostředí	1 ANO 2 NE	
205 Jiné formy:	1 ANO 2 NE	.....

**B6.2.** Ve kterých oblastech se Váš podnik těmito způsoby angažuje?

1 vůbec  
3 velmi významně a systematicky

Oblast	Minulý trend	Stávající situace			Budoucí trend
		1	2	3	
206 Zdravotnictví	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗
207 Sociální péče	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗
208 Sport	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗
209 Kultura	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗
210 Vzdělávání	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗
211 Životní prostředí	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗
212 Jiná oblast:	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗
213	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗
214	↓ → ↗	1	2	3	↓ → ↗

**B6.3.** Proč Váš podnik vynakládá svoje úsilí a prostředky na uvedené aktivity?

215 .....

.....

.....

215 a **Kolik % z celkových tržeb** vynakládá Váš podnik na tyto aktivity?

Minulý trend	Stávající situace	Budoucí trend
↓ → ↗	..... (%)	↓ → ↗

**B6.4.** Uveďte, jaké **kodexy** Váš podnik přijal, resp. uvažuje o jejich přijetí.

Oblast	Současný stav		Usilujete o jeho přijetí do cca jednoho roku?	
	1 ANO	2 NE	1 ANO	2 NE
216 Etický kodex (Vašeho podniku)	1 ANO	2 NE	1 ANO	2 NE
217 Kodex správy (corporate governance)	1 ANO	2 NE	1 ANO	2 NE
218 Jiné kodexy (oborové, profesní apod.)	1 ANO <sup>A</sup>		1 ANO <sup>B</sup>	
219 <b>A</b> Pokud ano, uveďte jaké:	.....			
220 <b>B</b> Pokud ano, uveďte jaké:	.....			

**B 6.5.** Uvedte, jaké **certifikáty** Váš podnik získal, nebo usiluje o jejich získání.

Označení certifikátu	Současný stav	Usilujete o jeho získání do cca jednoho roku?	Charakteristika certifikátů
221 <b>ISO 9000</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Normy definují požadavky na kvalitu řízení (managementu) společnosti, tj. říkají jakým způsobem by podniky měly být řízeny, což je předpoklad pro kvalitní produkci.
222 <b>ISO 14000</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Společnost držící certifikát musí vytvořit, dokumentovat, uplatňovat a udržovat systém environmentálního managementu a neustále zlepšovat jeho efektivnost. Smyslem je snižovat negativní dopad podnikových aktivit na přírodu.
223 <b>ISO 17799 (BS 7799)</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Podnik s tímto certifikátem má zavedený a dokumentovaný systém řízení bezpečnosti informací (ISMS) v organizaci. Systém pokrývá všechny aspekty získávání, zpracovávání a ukládání informací prostřednictvím (a nejenom) informačních systémů a technologií organizace.
224 <b>OHSAS 18001</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Certifikát dokazující, že podnik má vypracovaný systém řízení ochrany zdraví a bezpečnosti práce podle požadavků této normy.
225 <b>SA 8000</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Certifikát podle tohoto mezinárodního standardu dokazuje, že daný podnik pečuje o své zaměstnance (má systém řízení sociální odpovědnosti).
226 <b>QS 9000</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Jedná se o skupiny oborových norem automobilového průmyslu (amerických výrobců aut).
227 <b>VDA 6</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Jedná se o skupiny oborových norem automobilového průmyslu (německých výrobců aut).
228 <b>ISO/TS 16949</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Jedná se o skupiny oborových norem automobilového průmyslu (sjednocující mezinárodní norma).
229 <b>AS/EN 9100</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Certifikát dodavatelů leteckého průmyslu.
230 <b>TL 9000</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Certifikát, který vyžadují poskytovatelé telekomunikačních služeb po svých dodavatelích.
231 <b>HACCP</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Systém bezpečnosti potravin založený na prevenci, který představuje systém řízení kvality a nezávadnosti potravin aplikovatelný v jakýchkoliv organizacích zemědělského a potravinářského sektoru.
232 <b>NBÚ</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Certifikát Národního bezpečnostního úřadu
233 <b>EMAS</b>	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	<input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE	Evropský certifikát kodifikující systém environmentálního managementu

Jiné certifikáty – současný stav:

Současný stav	Název certifikátu
234 <input type="checkbox"/> ANO 	.....
235 <input type="checkbox"/> ANO 	.....
236 <input type="checkbox"/> ANO 	.....

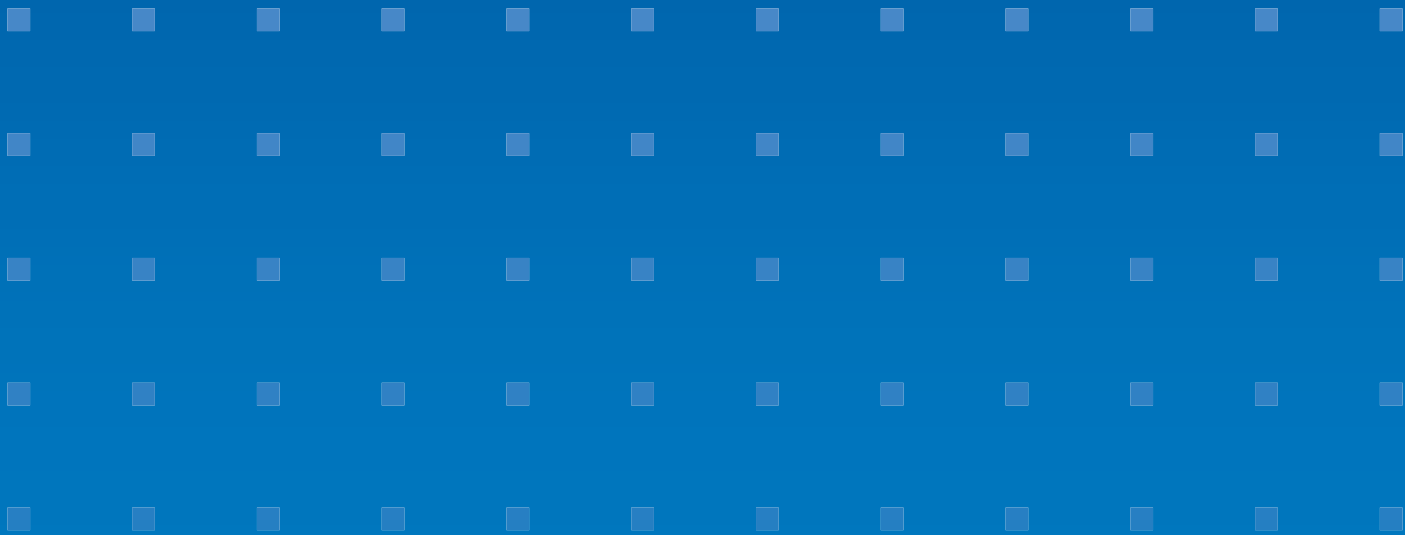
Jiné certifikáty – v budoucnu:

Usilujete o získání do cca jednoho roku?	Název certifikátu
<input type="checkbox"/> ANO 	.....
<input type="checkbox"/> ANO 	.....
<input type="checkbox"/> ANO 	.....

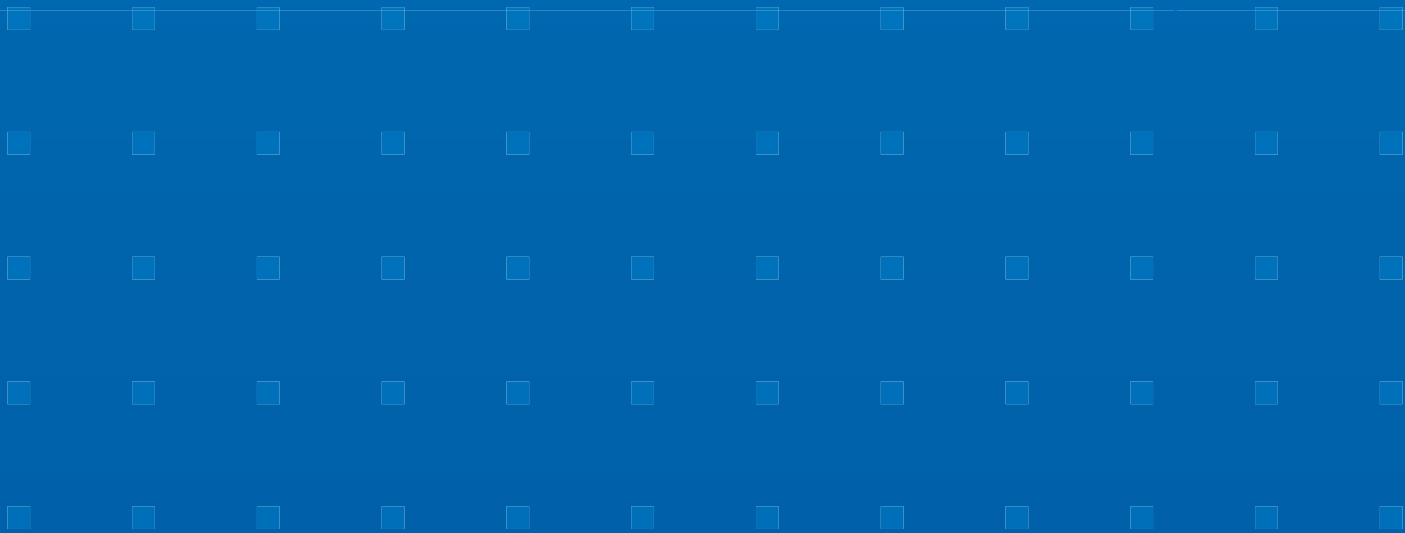
**B 6.6.** Uvedte, jaká **významná ocenění** Váš podnik získal.

- 237  .....
- 238  .....
- 239  .....
- 240  .....





Šetření provádí: **AUGUR Consulting s. r. o.**



» [www.econ.muni.cz](http://www.econ.muni.cz)

» [www.econ.muni.cz/centrum/](http://www.econ.muni.cz/centrum/)

» [www.augur-consulting.cz](http://www.augur-consulting.cz)

