



CENTRUM VÝZKUMU
KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI
ČESKÉ EKONOMIKY



MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ
FAKULTA

DOTAZNÍK

EMPIRICKÉ ŠETŘENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI
PODNIKŮ





CENTRUM VÝZKUMU
KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI
ČESKÉ EKONOMIKY



MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ
FAKULTA

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, inovační aktivitu 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 pružně přizpůsobovat své produkty požadavkům zákazníků? 13	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A4. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, kvalitu produktů Vašeho podniku? 14	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A5. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, náklady na pracovní sílu ve Vašem podniku? 15	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A6. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, ostatní náklady ve Vašem podniku? 16	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A7. Jaká je, v porovnání s konkurenty, úroveň kvalifikace pracovníků Vašeho podniku? 17	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A8. Jaká péče je, v porovnání s konkurenty, věnována zákazníkům Vašeho podniku? 18	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A9. Jaký přístup má, v porovnání s konkurenty, Váš podnik ke zdrojům financování ? 19	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A10. Jak je ceněno, v porovnání s konkurenty, jméno (resp. značka) Vašeho podniku? 20	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A11. Uveďte další vnitřní faktory 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. Případný další komentář (Uveďte, 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. vytlačení 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
A 12. Konkurenční boj na trzích produktů, kde působí 25 Váš podnik, je:	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A 13. Vyjednávací síla odběratelů Vašeho podniku je: 26	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A 14. Vyjednávací síla dodavatelů Vašeho podniku je: 27	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A 15. Zájem vstoupit do pracovního poměru ve Vašem 28 podniku je:	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A 16. Korupce v prostředí, ve kterém podniká 29 Váš podnik, je:	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A 17. Podpora Vašeho podniku ze strany 30 státních orgánů je:	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A 18. Podpora Vašeho podniku ze strany místních orgánů 31 veřejné správy je:	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑
A 19. Uvedte další vnější faktory 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 zužující	zužující	nemění	poněkud rozšiřující	velmi rozšiřující	silně negativní vliv	mírně negativní vliv	žádný vliv	mírně pozitivní vliv	silně pozitivní vliv
A 20. Trhy produktů , kde působí Váš podnik se: 35	1	2	3	4	5	↓	↘	→	↗	↑

K 3. **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. Uvedte, 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,

44 jejichž sídlo je jinde než sídlo podniku?

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

1 NE 2 ANO → Počet

Pokud ano, uveďte sídla provozoven:

Obec	Kód obce ^A	Počet zaměstnanců	Okres ^A	Kód okresu ^A	Kraj	Kód kraje ^A
45
46
47
48
49

50 Případný komentář ^B

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

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

Označení dynamiky vývoje: ↘ nastával pokles /nastane pokles → veličina zůstávala / zůstane stejná ↗ veličina převážně rostla / bude růst

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 ^A	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**57 **jednotky** ^A (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 Výběr 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).

70

TYP	Velikostní struktura hlavních vlastníků	Typ vlastníka ^A	Země vlastníka, resp. vlastníků ^B			Součást koncernu ^C	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	CZ	—	—	NE	—
11	Několik velkých vlastníků	FO + PO	CZ	—	—	NE	—
12	Několik velkých vlastníků	PO	CZ	—	—	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	CZ	—	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
17	Několik velkých vlastníků	FO + PO	CZ	—	—	NE	mnoho minor. a drob. vlastníků
18	Několik velkých vlastníků	PO	CZ	—	—	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: ^A 

72 Očekáváte, že se **vlastnická struktura** bude měnit v příštích cca pěti letech? ☐ 1 NE ☐ 2 ANO → Jakým způsobem: ^A 

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 **zastoupení 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:

1 2 3 4 5

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?

Označení softwarové aplikace

Současný stav

Uvažujete o zavedení či obměně
 do cca jednoho roku?

76 Moduly MRP (řízení výroby)

1 ANO 2 NE

1 ANO 2 NE

77 Moduly pro personální agendy

1 ANO 2 NE

1 ANO 2 NE

78 Moduly pro účetní agendy

1 ANO 2 NE

1 ANO 2 NE

79 Moduly CRM (řízení vztahů se zákazníky)

1 ANO 2 NE

1 ANO 2 NE

80 Moduly SCM (řízení dodavatelského řetězce)

1 ANO 2 NE

1 ANO 2 NE

81 MIS (podpora rozhodování manažerů)

1 ANO 2 NE

1 ANO 2 NE

82 Intranet

1 ANO 2 NE

1 ANO 2 NE

83 Kancelářské aplikace (MS Office apod.)

1 ANO 2 NE

1 ANO 2 NE

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

1 zcela nevyhovující 5 plně vyhovující

1 2 3 4 5

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: podíl žen	↘ → ↗	✎ %	✎	↘ → ↗
88 Z toho: podíl pracovníků s VŠ vzděláním	↘ → ↗	✎ %	✎	↘ → ↗
89 Technicko-hospodářští pracovníci ^A	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
90 Z toho: Vrcholový management ¹	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
91 Z toho: počet žen	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
92 počet cizinců	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
93 Nižší management ^{B 2}	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
94 Ostatní technicko-hospodářští pracovníci	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
95 Z toho: techničtí pracovníci ^{B C 3}	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
96 pracovníci nákupu a prodeje ^{B C 4}	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
97 administrativní pracovníci ^{B C 5}	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
98 Dělníci ^A	↘ → ↗	✎	✎	↘ → ↗
99 Z toho: podíl 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 rozváží pracovní poměr, nepřekračuje cca 2% (z celkového počtu zaměstnanců).

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

3 Fluktuace je vysoká, počet zaměstnanců, kteří v průběhu roku rozváží 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

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

1 ANO

2 NE

B3.5. Uvedte poměr mezi pohyblivou složkou^A a základní složkou mzdy dle níže specifikovaných skupin zaměstnanců Vašeho podniku.

složkou mzdy dle níže specifikovaných skupin zaměstnanců Vašeho podniku.				Poměr pohyblivé složky k základní složce mzdy.						
				Stávající situace						
Minulý trend				Pohyblivá složka	Základní složka	Budoucí trend				
109	Vrcholový management	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>	<div></div>	:	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>
110	Nižší management	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>	<div></div>	:	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>
111	Techničtí pracovníci	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>	<div></div>	:	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>
112	Pracovníci nákupu a prodeje	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>	<div></div>	:	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>
113	Administrativní pracovníci	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>	<div></div>	:	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>
114	Dělníci	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>	<div></div>	:	<div>↘</div>	<div>→</div>	<div>↗</div>

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?

336. Jaký vliv na motivaci pracovníků Vašeho		1 zanedbatelný					5 velmi vysoký					
115	podniku má výše uvedená pohyblivá složka mzdy?	Minulý trend		Stávající situace					Budoucí trend			
		↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗

B3.7. Uvedte, 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

B3.7. Jaké prostředky vynakládá Váš podnik na zaměstnanecké výhody?

		Minulý trend	Stávající situace ^A	Budoucí trend
131	Jaké prostředky vynakládá Váš podnik na zaměstnanecké výhody?	<div><div>↙</div><div>→</div><div>↗</div></div>	<div><div></div><div>..... (%)</div></div>	<div><div>↙</div><div>→</div><div>↗</div></div>
132	Sleduje podnik tyto náklady systematicky?		<div><div>1</div><div>ANO</div><div>2</div><div>NE</div></div>	

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

B3.8. Jaký vliv na motivaci pracovníků Vašeho podniku mají výše uvedené zaměstnanecké výhody?

3.8. Jaký vliv na motivaci pracovníků Vašeho podniku mají výše uvedené zaměstnanecké výhody?		1 zanedbatelný		5 velmi vysoký								
133		Minulý trend		Stávající situace					Budoucí trend			
		↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗

B3.9. Jaké prostředky vynakládá Váš podnik na vzdělávání zaměstnanců?

134

Minulý trend	Stávající situace ^A	Budoucí trend
<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> (%)	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>
	<div>1</div> ANO <div>2</div> 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
široké zaměření široký rozsah výroby
široký okruh zákazníků

1

 COST LEADERSHIP

2

 DIFFERENTIATION
úzké zaměření úzký rozsah výroby
úzký okruh zákazníků

3

 COST FOCUS

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 Velkoobchod	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> %	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>
139 Maloobchod	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> %	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>
140 Zákazníci (mimo koncern) ^A	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> %	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>
141 z toho: Dodávky pro další zpracování ^B	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> %	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>
142 Dodávky dlouhodobého hmot. majetku ^C	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> %	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>
143 Dodávky pro konečnou spotřebu ^D	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> %	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>
144 Zákazníci v rámci koncernu ^E	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> %	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>
145 Podíl tržeb ze zakázek financovaných z veřejných zdrojů	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>	<div>✎</div> %	<div>↘</div> <div>→</div> <div>↗</div>

100 % ←

Vysvětlivky **A** Jedná se o podniky, které nejsou součástí stejného koncernu jako Váš podnik. Dále se jedná o další zákazníky – právnické i fyzické osoby.

B Jedná se o zákazníky, kterým slouží produkty Vašeho podniku (suroviny, materiál, polotovary či komponenty) pro další zpracování.

C Jedná se o zákazníky, kterým slouží produkty Vašeho podniku jako dlouhodobý hmotný majetek (budovy, stroje, zařízení) pro podnikatelskou nebo nepodnikatelskou činnost.

D Jedná se o zákazníky, kterým slouží produkty Vašeho podniku pro konečnou spotřebu.

E Jedná se o podniky, které jsou součástí stejného koncernu jako Váš podnik.

B4.3. Uvedte míru **stability** odběratelů Vašeho podniku.1 nízká stabilita odběratelů
5 vysoká stabilita odběratelů

Typ odběratele	Minulý trend			Stávající situace					Budoucí trend		
146 Velkoobchod	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
147 Maloobchod	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
148 Zákazníci (mimo koncern)	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
149 Zákazníci v rámci koncernu	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗

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?Podíl na tržbách (%) ^A

Teritorium	Minulý trend			Stávající situace					Budoucí trend		
150 Region ^B	↘	→	↗ %					↘	→	↗
151 Ostatní tuzemsko	↘	→	↗ %					↘	→	↗
152 Zahraničí ^C	↘	→	↗ %					↘	→	↗
153 toho: ^D	↘	→	↗ %					↘	→	↗
154	↘	→	↗ %					↘	→	↗
155	↘	→	↗ %					↘	→	↗
156	↘	→	↗ %					↘	→	↗
157 Ostatní ^E	↘	→	↗ %					↘	→	↗
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 **specifičnost produktů** Vašeho podniku.

Specifičnost

Podíl na tržbách

158 Velmi specifické produkty ^A %
159 Spíše specifické produkty %
160 Spíše standardizované produkty %
161 Velmi standardizované produkty ^B %
Celkem	100 %

162 Specifičnost Vašich produktů v uplynulých cca pěti letech v průměru spíše

1 klesala

2 zůstávala stejná

3 rostla

163 Specifičnost 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“ Vaším zákazníkům. Takové výrobky jsou mnohdy vyvíjené 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.

uvedených typů dodavatelů Vašeho podniku.				Podíl (%)				
Typ dodavatele	Minulý trend			Stávající situace		Budoucí trend		
165 Velkoobchod				 %			
166 Maloobchod				 %			
167 Dodavatelé mimo koncern ^A				 %			
168 Dodavatelé v rámci koncernu ^B				 %			
Celkem				100 %				

Vysvětlivky: **A** Jedná se o podniky, které nejsou součástí stejného koncernu jako Váš podnik.

B Jedná se o podniky, které jsou součástí stejného koncernu jako Váš podnik.

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

B52. Uveďte míru stability dodavatelů Vašeho podniku.										1 nízká stabilita dodavatelů			5 vysoká stabilita dodavatelů		
Typ dodavatele		Minulý trend			Stávající situace					Budoucí trend					
171	Velkoobchod	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗			
172	Maloobchod	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗			
173	Dodavatelé mimo koncern	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗			
174	Dodavatelé v rámci koncernu	↘	→	↗	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?

B5.3. Z jakých teritorií jsou dodavatelé Vašeho podniku?				Podíl (%) ^A					
Teritorium		Minulý trend			Stávající situace		Budoucí trend		
175	Region ^B				%			
176	Ostatní tuzemsko				%			
177	Zahraničí ^C				%			
178	z toho: ^D	%			
179	%			
178	%			
179	%			
180	Ostatní ^E				%			
Celkem					100 %				

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. Uveďte specifičnost dodávek.

Specifičnost	Podíl na dodávkách
181 Velmi specifické dodávky ^A
182 Spíše specifické dodávky
183 Spíše standardizované dodávky
184 Velmi standardizované dodávky ^B
Celkem	100 %
185 Specifičnost dodávek pro Váš podnik v uplynulých cca pěti letech v průměru spíše	1 klesala 2 zůstávala stejná 3 rostla
186 Specifičnost dodávek pro Váš podnik v budoucích cca pěti letech v průměru	1 bude klesat 2 zůstane stejná 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 poprodejními 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).

3.3. Ohodnotte důležitost uvedených kritérií při výběru nového dodavatele (resp. při hodnocení stávajícího).

1 zcela nedůležité
5 velmi důležité

Kritérium	Minulý trend			Stávající situace					Budoucí trend		
187 Cena produktů	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
188 Platební podmínky	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
189 Ostatní dodací podmínky (doprava, převzetí rizika)	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
190 Kvalita produktů	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
191 Certifikát jakosti dodavatele	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
192 Doba působení dodavatele na trhu	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
193 Reference jiných odběratelů	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
194 Soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti (CSR) Vašeho podniku	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
Jiné kritérium:											
195 	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
196 	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗
197 	↘	→	↗	1	2	3	4	5	↘	→	↗

K8. Případný další komentář (Uveďte, 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	<input type="checkbox"/> 1 ANO <input type="checkbox"/> 2 NE	akční den, mentoring, partnerství v managementu, stínování, sociální praxe
200 Firemní dárčovství	<input type="checkbox"/> 1 ANO <input type="checkbox"/> 2 NE	materiální dary, payroll giving, matchingový fond, služby pro bono, ostatní finanční dary
201 Firemní nadace	<input type="checkbox"/> 1 ANO <input type="checkbox"/> 2 NE	
202 Partnerské programy	<input type="checkbox"/> 1 ANO <input type="checkbox"/> 2 NE	rozvojové projekty, secondment, poskytování stipendií
203 Sponzoring	<input type="checkbox"/> 1 ANO <input type="checkbox"/> 2 NE	cause related marketing, jiné formy sponzoringu
204 Snižování dopadů na životní prostředí	<input type="checkbox"/> 1 ANO <input type="checkbox"/> 2 NE	
205 Jiné formy: 	<input type="checkbox"/> 1 ANO <input type="checkbox"/> 2 NE	

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

Oblast	1 vůbec, nebo jen epizodicky	3 velmi významně a systematicky
206 Zdravotnictví	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
207 Sociální péče	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
208 Sport	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
209 Kultura	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
210 Vzdělávání	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
211 Životní prostředí	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
212 Jiná oblast: 	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
213 	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3
214 	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3

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



215 

.....

.....

.....









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

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

B6.5. Uvedte, jaké **certifikáty jakosti** Váš podnik získal, resp. usiluje o jejich získání.

Označení certifikátu	Současný stav		Usilujete o jeho získání do cca jednoho roku?		Charakteristika certifikátů
221 ISO 9000	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 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 ISO 14000	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 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 ISO 17799 (BS 7799)	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 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 OHSAS 18001	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	Certifikát dokazující, že podnik má vypracovaný systém řízení ochrany zdraví a bezpečnosti práce podle požadavků této normy.
225 SA 8000	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	Certifikát podle tohoto mezinárodního standardu dokazuje, že daný podnik pečuje o své zaměstnance (má systém řízení sociální odpovědnosti).
226 QS 9000	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	Jedná se o skupiny oborových norem automobilového průmyslu (amerických výrobců aut).
227 VDA 6	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	Jedná se o skupiny oborových norem automobilového průmyslu (německých výrobců aut).
228 ISO/TS 16949	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	Jedná se o skupiny oborových norem automobilového průmyslu (sjednocující mezinárodní norma).
229 AS/EN 9100	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	Certifikát dodavatelů leteckého průmyslu.
230 TL 9000	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	Certifikát, který vyžadují poskytovatelé telekomunikačních služeb po svých dodavatelích.
231 HACCP	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	<input type="checkbox"/> 1 ANO	<input type="checkbox"/> 2 NE	Systém bezpečnosti potravin založený na prevenci, který představuje systém řízení kvality a nezávadnosti potravin aplikovatelný v jakýchkoliv organizacích zemědělského a potravinářského sektoru.

Jiné certifikáty:

	Současný stav	Název certifikátu	Usilujete o získání do cca jednoho roku?
232	<input type="checkbox"/> 1 ANO		<input type="checkbox"/> 1 ANO 
233	<input type="checkbox"/> 1 ANO		<input type="checkbox"/> 1 ANO 
234	<input type="checkbox"/> 1 ANO		<input type="checkbox"/> 1 ANO 
235	<input type="checkbox"/> 1 ANO		<input type="checkbox"/> 1 ANO 
236	<input type="checkbox"/> 1 ANO		<input type="checkbox"/> 1 ANO 

B6.6. Uvedte, jaká **významná ocenění** Váš podnik získal.

- 237 
- 238 
- 239 
- 240 



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

SN

ID



» www.econ.muni.cz

» www.econ.muni.cz/centrum/

» www.augur-consulting.cz

