



WORKING PAPER č. 17/2008

# **Faktory konkurenceschopnosti**

Eva Karpissová

Červen 2008



Řada studií Working Papers Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky je vydávána s podporou projektu MŠMT výzkumná centra 1M0524.

ISSN 1801-4496

---

Vedoucí: prof. Ing. Antonín Slaný, CSc., Lipová 41a, 602 00 Brno,  
e-mail: [slany@econ.muni.cz](mailto:slany@econ.muni.cz), tel.: +420 549491111



## **FAKTORY KONKURENCESCHOPNOSTI**

### *Abstract:*

The article treats of selected internal and external competitiveness aspects. The obtained findings result from the empirical survey that were the part of the survey „Competitiveness of the Czech firms“, that is realized by the Centre of the competitiveness of the Czech economy survey. The paper generally presents the results of the primary analysis. Further it targets the searching for the competitiveness factors.

### *Abstrakt:*

Příspěvek se zabývá vybranými vnitřními a vnějšími faktory konkurenceschopnosti podniku. Získané závěry vychází z empirického šetření, které bylo součástí výzkumu „Konkurenceschopnost českých podniků“, který realizuje Centrum výzkumu konkurenceschopnosti české ekonomiky. Nejprve jsou v příspěvku prezentovány výsledky primární analýzy. Dále jsou uvedeny dílčí závěry hledání faktorů konkurenceschopnosti.

### Recenzoval:

prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc.

# 1. PŘEDSTAVENÍ ŠETŘENÍ

Příspěvek prezentuje dílčí závěry výzkumu konkurenceschopnosti českých podniků, a to konkrétně z oblasti „Faktory konkurenceschopnosti podniků“. Šetření je součástí výzkumných aktivit Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky.

Cílem zmíněného výzkumu je nalezení typických konfigurací faktorů, které vytváří určité typy hospodářské úspěšnosti podniku.

Pro potřeby výzkumu jsou využívány dva zdroje informací – veřejně publikované informace (webové stránky podniků, Albertina Data, obchodní rejstřík, [ipoint.financninoviny.cz](http://ipoint.financninoviny.cz)) a informace z dotazníkového šetření.

V roce 2007 proběhla první etapa empirického šetření, zaměřená na sběr dat. Celkem byla prostřednictvím dotazníku sesbírána data od 432 podniků, což činí zhruba 16 % z celkového počtu oslovených podniků. Míra shody mezi základním a výběrovým souborem je výrazná, reprezentativnost výběrového souboru tedy lze označit jako vysokou. Po sběru dat byla provedena primární analýza získaných informací. Souhrnné výsledky primární analýzy jsou uvedeny i v tomto materiálu, v kapitole 3.

Další etapa šetření probíhá v roce 2008 a jejím cílem je nalézt souvislost mezi výkonností podniků a úrovní vybraných faktorů. Dílčí výsledky této etapy jsou taktéž uvedeny v tomto materiálu v kapitole 6.

## 2. PŘEDSTAVENÍ ZKOUMANÉ OBLASTI

Část A dotazníku nazvaná „Faktory konkurenceschopnosti“ je jakýmsi souhrnným hodnocením jednotlivých faktorů úspěšnosti podniků, z nichž některé jsou pak podrobněji zkoumány v dalších oddílech dotazníku.

Zkoumaná část dotazníku je modifikací strategické analytické metody SWOT. Vnitřní faktory zde představují vymezení silných a slabých stránek, vnější faktory pak souvisí s příležitostmi a hrozbami podniku.

Kapitola zkoumá, jak respondenti hodnotí úroveň vybraných aspektů úspěšnosti v daném podniku ve srovnání s konkurenčními subjekty. Tato část šetření je tedy specifická tím, že se nezaměřuje na objektivně pozorovatelná data, ale na subjektivní hodnocení jednotlivých zástupců oslovených podniků.

Faktory konkurenceschopnosti byly pro potřeby šetření tradičně rozděleny na faktory vnitřní, které mohou být podnikem ovlivňovány a faktory vnější, na které podnik vliv nemá nebo je tento vliv nepřímý či omezený.

Vybranými vnitřními faktory jsou:

Inovační aktivita, flexibilita, kvalita produkce, náklady na pracovní sílu, ostatní náklady, kvalifikace zaměstnanců, péče o zákazníky, přístup ke zdrojům financování a jméno resp. značka firmy.

Respondent měl za úkol odhadnout, jaká je úroveň každého z těchto aspektů v daném podniku, tedy zda podnik v dané oblasti převyšuje své konkurenty nebo za nimi naopak zaostává. Bylo možné vybrat odpověď na škále od „1 – výrazně nižší“ až „5 – výrazně vyšší“. Zároveň respondent odhadoval, jaký vliv má úroveň daného faktoru na konkurenceschopnost podniku. Byly nabídnuty odpovědi na škále „silně negativní vliv“ až „silně pozitivní vliv“.

Vybranými vnějšími faktory jsou:

Konkurenční boj, vyjednávací síla odběratelů, vyjednávací síla dodavatelů, zájem vstoupit do pracovního poměru, korupce v prostředí, podpora ze strany státních orgánů a podpora ze strany místních orgánů veřejné správy.

Respondenti opět uváděli své odhady, jak výrazný je daný aspekt v prostředí, ve kterém působí jejich podnik. Vybírali z odpovědí na škále „1 – velmi nízký (á)“ až „5 – velmi vysoký(á)“. Dále respondenti i zde uváděli, jaký vliv má úroveň daného faktoru na konkurenceschopnost podniku. Byly nabídnuty odpovědi na škále „silně negativní vliv“ až „silně pozitivní vliv“.

Považuji za dobré znovu připomenout, že odpovědi v této části dotazníku vyjadřují subjektivní hodnocení respondenta. Dotazovaní

mohou vnímat situaci různorodě, což je ovlivněno řadou činitelů, např. tím, jak silný je daný podnik v současnosti, jaké má postavení na trhu, jaký je podíl lidské práce v podniku atd. Těchto aspektů je skutečně mnoho. Dále je třeba zmínit i subjektivní náhled konkrétního tazatele na úroveň příslušných faktorů a jejich vliv na konkurenceschopnost.

Všechny výše uvedené otázky byly zařazeny do dotazníku, předloženy respondentům a sesbíraná data byla následně analyzována a vyhodnocena v primární analýze výsledků empirického šetření

### **3. SHRnutí VÝSLEDKŮ PRIMÁRNÍ ANALÝZY EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ**

Po sběru dat následovala etapa primární analýzy výsledků empirického šetření. V této fázi byla v části A dotazníku provedena analýza četnosti výskytu jednotlivých odpovědí, základní veličinou je tedy absolutní a relativní četnost. Pro každou otázku byly nejprve zjištěny četnosti pro celý soubor získaných dat, dále byly zkoumány rozdíly v rozložení četností odpovědí v rámci skupin podniků rozdělených dle oboru činnosti, dle velikosti a právní formy.

V následujících odstavcích uvádím jen zásadní zjištění primární analýzy části A dotazníku. Podrobné a kompletní výsledky primární analýzy lze nalézt v monografii *Konkurenční schopnost podniků (primární analýza výsledků empirického šetření)*, Blažek a kol. (2007).

#### **1.1. Inovační aktivita**

Inovační aktivita se zdá být faktorem, jehož úroveň vnímají respondenti ve svých podnicích poměrně optimisticky, neboť je nejvyšším počtem podniků vnímána jako srovnatelná nebo vyšší ve srovnání s konkurenty.

Vliv tohoto faktoru na konkurenceschopnost je podniky hodnocen převážně pozitivně – kladný vliv inovační aktivity uvádí více než dvě třetiny dotázaných podniků.

#### **1.2. Přizpůsobení se požadavkům zákazníka**

Je znát, že se podniky cítí být v této oblasti poměrně silnými, neboť téměř tři čtvrtiny respondentů se domnívají, že flexibilita jejich podniku vůči požadavkům zákazníků je vyšší ve srovnání s konkurencí.

Schopnost reagovat pružně na přání zákazníka je faktorem, jehož dopad na konkurenceschopnost je respondenty poměrně jednoznačně vnímán jako pozitivní.

Podniky tedy vykazují relativně vysoké sebevědomí v oblasti přizpůsobování se přáním zákazníků a spatřují v tomto svém aspektu jednoznačně faktor, který přispívá k jejich úspěšnosti.

#### **1.3. Kvalita produkce**

V oblasti kvality produkce si opět respondenti poměrně věří, jen šest podniků přiznává nižší kvalitu své produkce. Ostatní respondenti uvádí srovnatelnou kvalitu a nejvyšší počet dotázaných uvádí vyšší úroveň tohoto aspektu oproti konkurenci.

Vliv kvality produkce na konkurenceschopnost je vnímán převážně pozitivně.

Kvalita produkce je tedy také faktorem, ve kterém se podniky cítí být poměrně silnými a uvědomují si pozitivní dopad tohoto aspektu na konkurenceschopnost.

#### **1.4. Náklady na pracovní sílu a ostatní náklady**

Respondenti se v otázkách úrovně nákladových položek shodují na domněnce, že náklady na práci i ostatní náklady jsou v jejich podniku zhruba ve stejné výši jako u konkurenčních subjektů. Část podniků pak vnímá tyto položky jako mírně vyšší či mírně nižší oproti svým konkurentům.

Úroveň nákladů nejčastěji nemá vliv na konkurenceschopnost nebo je její vliv jen mírný.

#### **1.5. Kvalifikace pracovníků**

Teoretické prameny, zabývající se podnikovým hospodářstvím, v současné době často kladou důraz na lidský faktor v podniku, tedy i na kvalifikaci a specializaci pracovníků. V otázce úrovně kvalifikace a jejího vlivu na výkonnost podniku by tedy bylo možné očekávat pozitivnější výsledky ve srovnání se skutečně zjištěnými.

Největší část dotázaných podniků hodnotí kvalifikaci svých zaměstnanců jako srovnatelnou s konkurenčními subjekty. Třetina dotazovaných se domnívá, že tento faktor je v jejich podniku na mírně vyšší úrovni ve srovnání s konkurencí.

Uvedeným rozložením odpovědí odpovídá i následné hodnocení vlivu kvalifikace pracovníků na konkurenceschopnost podniků. Zajímavě vyznívá skutečnost, že téměř polovina dotázaných uvedlo, že kvalifikace pracovníků nemá v daném podniku vliv na konkurenceschopnost. Jedním z vysvětlení tohoto zjištění může být skutečnost, že se ve zkoumaném vzorku jedná z velké části o výrobní podniky, lze tedy očekávat, že převážná část zaměstnanců vykonává práci, na kterou nejsou kladeny vysoké kvalifikační požadavky. Na druhou stranu je často uváděn i mírně pozitivní dopad tohoto aspektu.

#### **1.6. Péče o zákazníky**

V oblasti péče o zákazníky se podniky hodnotí spíše kladně. Největší část podniků udává srovnatelnou nebo mírně vyšší úroveň péče o zákazníka v porovnání s konkurencí.

Bylo možné předpokládat, že faktor péče o zákazníky bude hodnocen jako kladně ovlivňující konkurenceschopnost organizace. Skutečně se k této domněnce přiklonily dvě třetiny dotázaných.

#### **1.7. Přístup ke zdrojům financování**

Nejvíce respondentů hodnotí přístup svého podniku k finančním zdrojům jako srovnatelný s konkurencí. Velká část dotázaných dále



uvádí lepší přístup k financím, menší část podniků subjektivně hodnotí své možnosti v této oblasti jako nižší oproti konkurentům.

Posuzování vlivu tohoto faktoru na konkurenceschopnost opět víceméně koresponduje s hodnocením úrovně tohoto faktoru v podniku.

## **1.8. Jméno firmy**

Z odpovědí je patrné, že podniky převážně hodnotí jméno (značku) svého podniku jako kladně vnímané. Zhruba třetina dotázaných se domnívá, že jméno jejich podniku je ceněno přibližně stejně jako konkurenčních subjektů.

Je zřejmé, že kladně vnímané jméno podniku bude mít pozitivní vliv na konkurenceschopnost, což uvádí přes 60 % dotázaných. V jedné čtvrtině podniků jméno žádným způsobem neovlivňuje úspěšnost podniku.

## **1.9. Konkurenční boj**

Byl zjištěn velmi jednoznačný příklon ke skutečnosti, že konkurenční boj na trzích je výrazný.

Dále respondenti hodnotili vliv tohoto faktoru na konkurenceschopnost a zde se lze všimnout velmi zajímavého rozložení četností odpovědí, které souvisí s rozporuplným vnímáním tohoto faktoru v jednotlivých podnicích. Zatímco u hodnocení ostatních faktorů byla znát tendence respondentů více či méně se přiklánět ke „zlatému středu“, nyní je rozložení četností odlišné. Nejčastěji byly voleny dvě - proti sobě stojící - odpovědi. Nejvíce se respondenti přiklánějí k mírně pozitivnímu vlivu konkurenčního boje a dále pak k mírně negativnímu vlivu. Velký konkurenční boj je tedy částí podniků vnímán jako pozitivum a jinou částí respondentů je vnímán naopak spíše negativně. Toto odlišné vnímání může být zapříčiněno mnoha faktory, důležitá je např. současná úspěšnost podniku na trhu apod. Roli zde jistě hraje i subjektivní posouzení celé situace respondentem, někdo může vnímat velký konkurenční boj na trhu jako výzvu a jiný jako hrozbu.

## **1.10. Vyjednávací síla odběratelů**

Vyjednávací síla odběratelů je poměrně jednoznačně vnímána jako vysoká. U tohoto zkoumaného faktoru se objevily rozdíly v hodnocení podniků zpracovatelského průmyslu na jedné straně a stavebních podniků na straně druhé. Poměrně zřetelně se projevila skutečnost, že v podnicích zpracovatelských je vyjednávací síla odběratelů vysoká, zatímco ve stavebnictví je spíše střední.

V otázce vlivu tohoto faktoru na konkurenceschopnost bylo zjištěno podobně různorodé hodnocení jako u zkoumání hodnocení vlivu konkurenčního boje. Část podniků hodnotí vliv vyjednávací síly odběratelů spíše negativně, jiné podniky jej hodnotí naopak spíše

pozitivně a další respondenti uvádí, že tento faktor nemá vliv na konkurenceschopnost.

### **1.11. Vyjednávací síla dodavatelů**

Zkoumáme-li vyjednávací sílu dodavatelů, pak zjišťujeme, že je nejčastěji vnímána jako střední.

Vliv tohoto aspektu na výkonnost podniku je opět vnímán podobně různorodě jako vliv vyjednávací síly odběratelů.

### **1.12. Zájem vstoupit do pracovního poměru**

Respondenti uvádí nejčastěji střední míru zájmu pracovat v jejich podniku.

Vliv tohoto faktoru na konkurenceschopnost je hodnocen mírně pozitivně nebo mírně negativně, vůbec nejčastěji ale dotázaní nepozorují výrazný dopad tohoto faktoru na konkurenceschopnost podniku.

### **1.13. Korupce v prostředí**

V otázce korupce je zřetelný klesající trend četností odpovědí od velmi nízké korupce po velmi vysokou korupci v prostředí. Velmi nízkou nebo nízkou korupci udávají souhrnně téměř dvě třetiny dotazovaných. Asi pětina respondentů udává střední korupci. Vysokou či velmi vysokou korupci zaznamenává necelá pětina respondentů.

U tohoto faktoru se vyskytují rozdíly v odpovědích mezi jednotlivými obory činnosti. Podniky zpracovatelského průmyslu hodnotí nejčastěji korupci jako velmi nízkou nebo nízkou. Naproti tomu stavební podniky nejčastěji uvádějí střední a vysokou míru korupce v prostředí. Lze tedy vyčíst zřetelné vnímání vyšší korupce v oboru stavebnictví oproti zpracovatelskému průmyslu.

Dochází zde k poměrně výrazné shodě respondentů na skutečnosti, že korupce v prostředí nemá žádný vliv na konkurenceschopnost daného podniku. Uvedlo to přes polovinu dotazovaných. Necelá třetina podniků uvádí negativní vliv tohoto faktoru na konkurenceschopnost.

Dále bylo opět analyzováno rozložení odpovědí v rámci skupin vytvořených dle oboru činnosti. Negativní vliv tohoto faktoru pocítují zejména podniky stavební, podniky zpracovatelského průmyslu toto konstatují méně často. To samozřejmě koresponduje i s poněkud odlišnými odpověďmi těchto dvou odvětví na úroveň korupce v prostředí.

## **1.14. Podpora státních orgánů a podpora místních orgánů veřejné správy**

Posledními zkoumanými faktory byly podpora státních orgánů a podpora orgánů veřejné správy. Rozložení odpovědí je u těchto dvou aspektů do jisté míry obdobné.

Podniky zde vyjádřily velmi jednotně názor, že podpora státních orgánů je nízká. Podpora orgánů veřejné správy je vnímána obdobně, přesto lze konstatovat o něco lepší hodnocení tohoto faktoru oproti předchozímu.

Podniky se výrazně shodují na domněnce, že míra státní podpory nemá žádný vliv na jejich konkurenceschopnost. Stejný výsledek byl zjištěn v otázce podpory orgánů veřejné správy. Část podniků dále vnímá vliv tohoto faktoru na konkurenceschopnost negativně.

Lze tedy konstatovat poměrně výraznou skepsi podnikatelských subjektů k orgánům státní a veřejné správy.

## 4. REDUKCE PROMĚNNÝCH

Dalším krokem bylo zjišťování rozdílů v odpovědích v rámci shluků dle hospodářské úspěšnosti podniku. Bylo shledáno účelným zredukovat počet proměnných dle následujícího klíče.

V rámci celého šetření byly nejprve vyřazeny proměnné, jejichž míra zodpovězení byla nižší než 66,6 %, dále pak odpovědi, na které odpovídaly jen určité podniky (výběr omezen předchozími otázkami). Po provedení uvedené analýzy odpovědí v části A dotazníku nebyly zredukovány žádné odpovědi, neboť míra zodpovězení otázek se pohybovala vždy nad 90 % a odpovědi v této části nebyly nijak podmíněny předchozími otázkami. Volné odpovědi prozatím zůstávají stranou našeho zájmu.

Dalším krokem ke zredukování proměnných tak, aby zůstaly jen ty relevantní, bylo zhodnocení interpretovatelnosti výsledků jednotlivých proměnných. Byly vypuštěny proměnné, které lze jen velmi těžko interpretovat, případně přidány proměnné, které lépe vystihují to, co nás zajímá, nebo které lze lépe interpretovat. V šetření byly tedy z výše vybraných ponechány ty proměnné, u kterých se zdá, že vykazují určitý vliv na konkurenceschopnost a které lze interpretovat jednoznačně (nezahrnují tedy více možných výkladů odpovědí). Dále byly některé proměnné přidány, nikoliv ale v námi zkoumané části šetření.

Při hledání proměnných, kde lze vidět náznak nějakého vlivu na konkurenceschopnost, byly hledány otázky, na které respondenti odpovídali různorodě. Byla posouzena variabilita odpovědí (využita směrodatná a kvartilová odchylka) a relativní četnost odpovědí.

V kapitole „Faktory konkurenceschopnosti“ byly nakonec ponechány všechny proměnné hodnotící úroveň daného vnitřního či vnějšího faktoru. Proměnné, které zkoumaly vliv daného faktoru na konkurenceschopnost, byly naopak po posouzení vypuštěny neboť výrazně korelovaly s proměnnými zkoumajícími úroveň jednotlivých aspektů.

K ponechaným proměnným byly stanoveny hypotézy, které byly následně ověřovány. Již z označení „faktory konkurenceschopnosti“ je zřejmé, že zkoumané aspekty by měly vykazovat určitý vztah vůči výkonnosti podniku. U některých proměnných se dá předpokládat, že jejich domnělá úroveň bude přímo úměrná výkonnosti podniku, u jiných očekáváme spíše nepřímou úměrnou tendenci.

### 1.1. Proměnné zahrnuté do dalšího zkoumání

Do dalšího zkoumání byly v z oblasti „Faktory konkurenceschopnosti“ zahrnuty následující proměnné a k nim byly stanoveny uvedené hypotézy.

## **Vnitřní faktory konkurenceschopnosti**

A2. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, inovační aktivitu Vašeho podniku v oblasti rozvoje svých produktů (výrobků či služeb)?

H1: Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu inovační aktivita v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A3. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, schopnost Vašeho podniku pružně přizpůsobovat své produkty požadavkům zákazníků?

H2. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu schopnost pružného přizpůsobování se požadavkům zákazníků v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A4. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, kvalitu produktů Vašeho podniku?

H3. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu kvalita produktů podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A5. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, náklady na pracovní sílu ve Vašem podniku?

H4. Čím nižší úroveň je přisouzena aspektu náklady na pracovní sílu v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A6. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, ostatní náklady ve Vašem podniku?

H5. Čím nižší úroveň je přisouzena aspektu ostatní náklady v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A7. Jaká je, v porovnání s konkurenty, úroveň kvalifikace pracovníků Vašeho podniku?

H6. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu kvalifikace pracovníků podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A8. Jaká péče je, v porovnání s konkurenty, věnována zákazníkům Vašeho podniku?

H7. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu péče o zákazníky v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A9. Jaký přístup má, v porovnání s konkurenty, Váš podnik ke zdrojům financování?

H8. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu přístup podniku ke zdrojům financování ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A10. Jak je ceněno, v porovnání s konkurenty, jméno (resp. značka) Vašeho podniku?

H9. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu jméno (resp. značka) podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

### **Vnější faktory konkurenceschopnosti**

A12. Konkurenční boj na trzích produktů, kde působí Váš podnik, je

H10. Čím nižší úroveň je přisouzena konkurenčnímu boji, tím vyšší je výkonnost podniku.

A13. Vyjednávací síla odběratelů Vašeho podniku, je

H11. Čím nižší úroveň je přisouzena vyjednávací síle odběratelů, tím vyšší je výkonnost podniku.

A14. Vyjednávací síla dodavatelů Vašeho podniku je

H12. Čím nižší úroveň je přisouzena vyjednávací síle dodavatelů, tím vyšší je výkonnost podniku.

A15. Zájem vstoupit do pracovního poměru ve Vašem podniku je

H13. Čím vyšší úroveň je přisouzena zájmu vstoupit do pracovního poměru, tím vyšší je výkonnost podniku.

A16. Korupce v prostředí, ve kterém podniká Váš podnik, je

H14. Čím nižší úroveň je přisouzena aspektu korupce v prostředí, ve kterém podnik působí, tím vyšší je výkonnost podniku.

A17. Podpora Vašeho podniku ze strany státních orgánů je

H15. Čím vyšší úroveň je přisouzena podpoře podniku ze strany státních orgánů, tím vyšší je výkonnost podniku.

A18. Podpora Vašeho podniku ze strany místních orgánů veřejné správy je

H16. Čím vyšší úroveň je přisouzena podpoře podniku ze strany místních orgánů veřejné správy, tím vyšší je výkonnost podniku.

Zatímco u vnitřních faktorů konkurenceschopnosti je tvorba hypotéz a směr případného vlivu daného aspektu na konkurenceschopnost poměrně jednoznačný, u vnějších faktorů může být určení směru ovlivnění výkonnosti viděno z různorodých pohledů. Např. aspekt konkurenční boj může být jednotlivými podniky vnímán značně diferencovaně, pro některé je vysoká konkurence příležitostí, pro jiné hrozbou (toto potvrdily i výsledky primární analýzy).

## 5. PŘEDSTAVENÍ SHLUKŮ PODLE VÝKONNOSTI PODNIKŮ

Cílem Empirického šetření bylo odhalení faktorů konkurenceschopnosti, které jsou příčinou úspěchu podniku respondenta v hospodářské soutěži.

Nezbytným krokem k tomuto cíli bylo nalezení typických shluků, ve kterých budou soustředěny podniky s podobnou finanční výkonností.

Bylo třeba zvolit rozhodující ukazatele finanční výkonnosti, nakonec se kolektiv řešitelů shodl na těchto ukazatelích:

- rentabilita aktiv,
- meziroční míra nárůstu aktiv podniku.

Zvolená dvojice ukazatelů byla posuzována na základě jejich vývoje v průběhu let 2002-2006. Každého respondenta tak charakterizovalo deset hodnot proměnných, u nichž byla navíc zohledněna rovnoměrně klesající míra významnosti proměnné směrem do minulosti.

Faktory konkurenceschopnosti byly vyhledávány a verifikovány podle četnosti svého zastoupení ve shlucích finančně více a méně úspěšných podniků, jelikož hlavní hypotéza výzkumu předpokládá, že musí existovat vazba mezi finanční výkonností podniku a jeho konkurenceschopností, jelikož finanční výsledky vyjadřují úspěchy podniku v hospodářské soutěži<sup>1</sup>.

Nejprve bylo identifikováno 13 shluků seřazených dle výkonnosti podniku. S takto velkým počtem shluků ale klesá počet podniků v jednotlivých shlucích, čímž se snižuje i vypovídací hodnota shluků. Z toho důvodu byl počet shluků dále redukován na pět a tři shluky. K redukci docházelo vždy sloučením několika původních shluků podobné výkonnosti do jednoho shluku. Dále uvádím charakteristiky a označení shluků při jejich různém počtu.

### 1.1. 13 shluků

Nejprve bylo nalezeno 13 typických shluků, které byly označeny dle následujících pravidel.

Nejkonkurenceschopnější podniky byly označeny AA 1 až AA 5, kde AA značí nadprůměrnou rentabilitu aktiv i míru růst aktiv. Číslo za dvojicí písmen značí pořadí shluku v daném poli, kdy nejúspěšnější shluk je označen číslem 1.

Podprůměrných výkonů v obou sledovaných ukazatelích dosahují podniky ve shlucích označených BB 1 a BB 2.

---

<sup>1</sup> Analýza finanční výkonnosti respondentů empirického šetření CVKS, Šiška, 2008.

Dále byly identifikovány shluky podniků, které vynikají v jednom sledovaném ukazateli, zatímco ve druhém ukazateli dosahují podprůměrných hodnot. Shluky podniků, které vynikají vysokou ziskovostí, ale růst aktiv podniku zaostává, byly označeny AB 1 a AB 2. Jiné shluky podniků naopak vynikají růstem aktiv, ale jsou podprůměrně ziskové. Tyto shluky byly označeny BA 1 až BA 3.

Shluk nejméně úspěšných podniků byl označen CC, patří sem podniky ztrátové s klesajícím objemem aktiv.

Je tedy zřejmé, že úspěšnost podniků klesá od shluků označených písmeny AA, které značí nejúspěšnější podniky s nadprůměrnými hodnotami sledovaných ukazatelů, přes shluky označené AB, BA nebo BB, které slučují podniky podprůměrné v jednom nebo obou ukazatelích až po podniky ve shluku CC, které jsou ztrátové.

Počet 13 shluků na 432 podniků je poměrně vysoký a lze odhadovat, že při tomto vysokém počtu shluků nebudou požadované výsledky příliš zřetelné, tzn. nebude nalezen přesvědčivý vztah mezi určitým faktorem a úspěšností podniku. Tento odhad byl potvrzen a proto bylo přistoupeno k postupné redukci 13 stávajících shluků na 5 shluků a dále 3 shluky.

## **1.2. 5 shluků**

Podniky byly opět rozřazovány podle své finanční výkonnosti, nyní však jen do pěti shluků. Označení jednotlivých shluků koresponduje s označením v případě, kdy jsme uvažovali celkem 13 shluků, jen již neuvažujeme podskupiny v rámci určité výkonnosti. Nyní definujeme jen jeden shluk v rámci určité finanční výkonnosti, např. shluk AA a neuvažujeme již další rozdělení na shluky AA 1 až AA 5.

Takto nám tedy vznikají shluky s následujícími charakteristikami. Respondenti ve shluku AA vykazují nadprůměrnou úroveň obou sledovaných finančních ukazatelů, lze tedy o nich říci, že se jedná o nejúspěšnější podniky z námi sledovaných. Podniky vynikající jen v jednom ukazateli označíme jako shluky AB (nadprůměrná rentabilita) nebo BA (nadprůměrný růst aktiv). Podniky s podprůměrnými hodnotami obou ukazatelů označujeme jako BB. Nejméně úspěšné jsou podniky zařazené do shluku CC, jedná se o podniky ztrátové.

## **1.3. 3 shluky**

Pro potřeby další redukce shluků byly dále podniky rozděleny jen do tří shluků A, B, C.

Shluk A zahrnuje podniky, které při dělení do pěti shluků spadaly do skupin AA, AB nebo BA. Podniky zařazené do shluku A tedy vykazují nadprůměrnou hodnotu jednoho nebo obou ukazatelů výkonnosti.



Shluk B nyní zahrnuje podniky, které při pěti shlucích byly zařazeny do skupiny BB. Tyto podniky vykazují podprůměrné hodnoty ukazatelů výkonnosti.

Do shluku C nyní spadají podniky, které při pěti shlucích patřily do skupiny CC, řadíme sem tedy podniky ztrátové.

## **6. VÝSLEDKY BIVARIAČNÍ ANALÝZY**

### **1.1. Inovační aktivita**

Inovační aktivita je jedním ze sledovaných faktorů, u kterých výsledky bivariační analýzy ukazují, že by tento aspekt mohl být faktorem konkurenceschopnosti.

Podíváme-li se na křížovou tabulku pro pět shluků, pak lze vypořadovat určitou tendenci četností odpovědí. Nižší inovační aktivitu udávají méně často podniky výkonnější a četnost těchto odpovědí se zvyšuje ve shlucích, kde jsou soustředěny podniky méně úspěšné. Analogicky vyšší inovační aktivitu udávají poměrně často podniky výkonnější a četnost těchto vyjádření klesá ve shlucích méně úspěšných podniků. Tato tendence je nejvíce patrná ve dvou krajních odpovědích, tedy „výrazně vyšší“ a „výrazně nižší“. Křížová tabulka pro tři shluky podniků tento trend ještě více potvrzuje. Rozdíly mezi shluky jsou v obou případech statisticky významné, lze je tedy aplikovat na základní soubor.

Rozdíly mezi průměry jednotlivých shluků se ukazují pro pět i pro tři shluky statisticky významné. Nicméně zde může nastat situace, kdy se odlišují všechny skupiny navzájem, ale mohou se lišit jen některé z nich. Použijeme-li proceduru mnohonásobného srovnání, pak zjišťujeme, že v případě pěti shluků je statisticky významný rozdíl průměrů jen mezi shluky AA a CC. Při třech shlucích nacházíme významný rozdíl mezi shluky A a B a shluky A a C.

Taktéž korelační koeficient Gamma potvrzuje určitou závislost mezi výkonností podniku a hodnocením inovační aktivity podniku. Jedná se o korelaci nízkou až střední. Směr korelace je negativní, což lze interpretovat následovně: Čím vyšší výkonnost podniku, tím lepší hodnocení inovační aktivity podniku.

Dle uvedených výsledků lze konstatovat, že inovační aktivita může být faktorem konkurenceschopnosti podniku.

H1: Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu inovační aktivity v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézu H1 lze na základě dosavadních výsledků potvrdit.**

## 1.2. Schopnost pružného přizpůsobování se požadavkům zákazníků

Faktor přizpůsobování se požadavkům zákazníka nelze dle následujících zjištění přesvědčivě přiřadit k faktorům konkurenceschopnosti.

V rozdělení četností odpovědí je tentokrát možné najít určitý trend jen v případě analýzy tří shluků. Úspěšnější podniky hodnotí svoji flexibilitu na vyšší úrovni, zatímco méně úspěšné podniky ji častěji posuzují jako nižší oproti konkurenci. Toto rozložení četností pro tři shluky je statisticky významné, lze jej tedy aplikovat na základní soubor. Pro pět a třináct shluků však již nelze rozložení četností považovat za statisticky významné.

Zkoumáme-li dále významnost rozdílů mezi průměry jednotlivých shluků, pak při různém počtu shluků zjišťujeme statisticky významný rozdíl. Rozdíly průměrů ale nevykazují příliš zřetelnou tendenci.

Korelační koeficient Gamma naznačuje pro různý počet shluků statisticky významnou nízkou až střední korelaci záporného směru. To potvrzuje, že podniky s vyšší péčí o zákazníka vykazují vyšší výkonnost. Tento vztah není ale nijak silný.

Flexibilita tedy prozatím zůstává poněkud diskutabilním faktorem, neboť by zřejmě bylo potřeba provést další analýzy, aby bylo možné tento aspekt s jistotou zařadit mezi faktory konkurenceschopnosti. Prozatím na toto ukazují jen některé výsledky, jiné již nejsou tak přesvědčivé.

H2. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu schopnost pružného přizpůsobování se požadavkům zákazníků v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézu H2 nelze potvrdit.**

## 1.3. Kvalita produkce

Bylo by možné očekávat, že kvalita produktů podniku bude jednoznačně faktorem konkurenceschopnosti. Následující výsledky ale tento předpoklad příliš nepotvrzují.

Na první pohled lze vysledovat podobný trend v rozložení odpovědí jako u předchozích proměnných, nicméně se nejedná o statisticky významné rozdíly mezi shluky. Nelze tedy zjištěný trend vztáhnout i na základní soubor.

Analýza rozptylu provedená se třemi shluky našla statisticky významný rozdíl průměrů a to konkrétně mezi shluky A a B. Při pěti shlucích však již rozdíl mezi průměry nebyl významný.

Korelační koeficient naznačuje spíše nízkou korelaci, která je nicméně statisticky významná. Její směr je negativní, tzn. čím je kvalita produkce vyšší, tím vyšší je výkonnost podniku.

Faktor kvality produkce se spíše nejeví jako faktor konkurenceschopnosti podniku, což může být poněkud překvapujícím zjištěním.

H3. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu kvalita produktů podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotéza H3 nebyla potvrzena.**

## **1.4. Náklady na pracovní sílu a ostatní náklady**

Faktor náklady na pracovní sílu se v žádném z provedených testů neukázal být faktorem konkurenceschopnosti podniku.

Ostatní náklady taktéž nevykazují významné rozdíly v odpovědích v rámci jednotlivých shluků. U tohoto aspektu však alespoň koeficient Gamma naznačuje slabou korelaci, která je statisticky významná. Tato korelace naznačuje, že úspěšnější podniky uvádí spíše nižší ostatní náklady ve srovnání s konkurencí.

H4. Čím nižší úroveň je přisouzena aspektu náklady na pracovní sílu v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotéza H4 nebyla potvrzena.**

H5. Čím nižší úroveň je přisouzena aspektu ostatní náklady v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotéza H5 nebyla potvrzena.**

## **1.5. Kvalifikace pracovníků**

Kvalifikace pracovníků se dle uvedených zjištění také nejeví jako faktor konkurenceschopnosti podniku.

Statisticky významné se jeví jen rozložení četností odpovědí pro tři shluky, nicméně trend v tomto případě není příliš jednoznačný.

Další testy neprokázaly souvislost mezi tímto aspektem a výkonností podniku.

H6. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu kvalifikace pracovníků podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotéza H6 nebyla potvrzena.**

## **1.6. Péče o zákazníky**

Faktor péče o zákazníky také není možné přesvědčivě zařadit mezi faktory konkurenceschopnosti.

Trend, který se objevuje v rozložení odpovědí nelze prohlásit za statisticky významný, nemůžeme jej tedy zobecnit i pro základní soubor.

Taktéž rozdíly mezi průměry se nejeví jako významné.

Jen koeficient Gamma naznačuje slabou negativní korelaci, která se jeví jako statisticky významná.

Vztah mezi výkonností podniku a jeho péčí o zákazníky nebyl zjištěn, pokud existuje, pak je tato souvislost velmi slabá.

H7. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu péče o zákazníky v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézu H7 nelze potvrdit.**

## **1.7. Přístup ke zdrojům financování**

Tento aspekt by dle některých analýz mohl být faktorem konkurenceschopnosti, podívejme se tedy nyní podrobněji na výsledky provedených testů.

V rámci tří a pěti shluků je nalezen určitý trend rozložení odpovědí a průměrů. Méně úspěšné podniky častěji udávají nižší přístup k financím a analogicky úspěšnější podniky naopak hodnotí tento aspekt jako vyšší oproti konkurenci. Tato tendence ale není příliš jednoznačná a je porušovaná, což se projevuje např. tím, že podniky ve shluku AA uvádí průměrně nižší hodnoty než podniky zařazené ve shlucích BA a AB. Podniky ve shluku CC průměrně volí vyšší přístup oproti podnikům BB a srovnatelný s podniky ve shluku AA. Rozložení odpovědí je tedy sice u tří i pěti shluků statisticky významné, nicméně trend odpovědí není příliš přesvědčivý vzhledem ke stanovené hypotéze..

Koeficient Gamma naznačuje slabou negativní korelaci mezi výkonností podniku a úrovní přístupu ke zdrojům financování. Tato korelace se jeví jako statisticky významná a to u tří, pěti a dokonce u třinácti shluků.

Výsledky analýz jsou sice statisticky významné, nicméně trend nalezený v odpovědích na tuto otázku nenaznačuje potvrzení hypotézy.

H8. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu přístup podniku ke zdrojům financování ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézu H8 nelze potvrdit.**

## **1.8. Jméno firmy**

Rozložení odpovědí v rámci faktoru cenění jména podniku neukázalo žádný trend, který by naznačoval souvislost mezi výkonností podniku a

ceněním jeho jména. Odpovědi se částečně liší dle shluků, ale tyto odlišnosti nemají řád. Výsledky všech provedených statistických vyhodnocení se ukazují jako statisticky nevýznamné.

Lze tedy poměrně jednoznačně konstatovat, že faktor cenění jména podniku nemá vliv na výkonnost podniku.

H8. Čím vyšší úroveň je přisouzena aspektu jméno (resp. značka) podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézu H8 nebyla potvrzena.**

## **1.9. Konkurenční boj**

Byl nalezen určitý trend v rozložení odpovědí, který se však ukázal jako statisticky nevýznamný.

Průměry ve třech shlucích ukazují, že všechny podniky volí průměrně vysoký konkurenční boj, nicméně je znát, že slabší podniky se průměrně více přiklánějí k velmi vysoké konkurenci. Rozdíl průměrů mezi shluky je statisticky významný pro uvažované tři shluky (nalezen konkrétně rozdíl mezi shlukem A a C). Pro pět shluků je naznačený trend stále patrný, nicméně již není statisticky významný.

Korelace se jeví jako nízká až střední, směr je pozitivní, tzn. že silnější podniky uvádějí spíše nízký konkurenční boj a naopak slabší podniky udávají výraznější konkurenční boj. Pro tři, pět i třináct podniků je tato korelace statisticky významná.

Je poněkud složité jednoznačně potvrdit či zamítnout hypotézu H9. Výsledky provedených analýz nejsou jednoznačné a bylo by pravděpodobně potřeba přistoupit i k dalším analýzám tohoto faktoru.

H9. Čím nižší úroveň je přisouzena konkurenčnímu boji, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézu H9 nelze potvrdit.**

## **1.10. Vyjednávací síla odběratelů**

Nebyla prokázána souvislost mezi vyjednávací silou odběratelů a výkonností podniku.

H10. Čím nižší je vyjednávací síla odběratelů, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotéza H10. nebyla potvrzena.**

## **1.11. Vyjednávací síla dodavatelů**

Zatímco vyjednávací sílu odběratelů nelze zařadit mezi faktory konkurenceschopnosti, zjištění v oblasti vyjednávací síly dodavatelů se jeví odlišně.

Trend v rozložení odpovědí do tří shluků naznačuje, že výkonnější podniky ve srovnání s méně výkonnými častěji uvádí nízkou

vyjednávací sílu dodavatelů. Naopak méně výkonné podniky ve srovnání se silnějšími podniky uvádějí častěji vysokou vyjednávací sílu dodavatelů. Trend pro pět podniků není již tak výrazný. Obě zjištěné tendence jsou statisticky významné.

Taktéž rozdíly průměrů jednotlivých shluků se jeví jako statisticky významné, v případě tří shluků zejména mezi shluky A a B. V případě pěti shluků jsou významné rozdíly mezi shluky AA a BB, BA a BB.

Korelační koeficient ukazuje na střední sílu vztahu a to ve směru pozitivním, tzn. čím nižší vyjednávací síla dodavatelů, tím vyšší výkonnost podniku. Gamma koeficient vykazuje u tří, pěti i třinácti shluků statisticky významnou korelaci.

H11. Čím nižší je vyjednávací síla dodavatelů, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézu H11 je možné potvrdit.**

## **1.12. Zájem vstoupit do pracovního poměru**

Podíváme-li se na rozložení četností odpovědí v této otázce, pak si lze všimnout, že výkonnější podniky méně často uvádí nízký zájem o práci ve srovnání s podniky slabšími. Test rozložení četností ani test rozptylu však neprokázaly statisticky významné rozdíly v odpovědích.

Určitou závislost mezi proměnnými zájem o práci a výkonnost podniku prokázal test korelace, která je pro tři, pět i třináct shluků statisticky významná. Korelace je v tomto případě negativní a slabší. Lze říci, že výkonnější podniky zaznamenávají vyšší zájem o práci v daném podniku a slabší podniky jsou naopak méně atraktivní z hlediska pracovních příležitostí. Tento vztah ale není nijak silný.

Vztah mezi proměnnými zájem o práci v daném podniku a výkonnost podniku neexistuje nebo zde je jen velmi slabá závislost.

H12. Čím vyšší je zájem vstoupit do pracovního poměru, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézu H12. nelze potvrdit.**

## **1.13. Korupce v prostředí**

Rozložení četností odpovědí v této otázce vykazuje statisticky významný trend jen pro pět shluků, nicméně trend není příliš výrazný.

Rozdíly průměrů jednotlivých shluků jsou statisticky významné. Trend průměrů ale není příliš jasný, neboť nejnižší průměr připadá na shluk CC, následuje shluk AA, BB, dále AB a nejvyšší průměr je zjištěn ve shluku BA. Nalezený trend tedy příliš nepotvrzuje stanovenou hypotézu.

Korelační koeficient Gamma nabývá pro tuto proměnnou statisticky významné hodnoty jen v rámci tří shluků (jedná se o korelaci nízkou a negativní), při více shlucích již korelace není prokázána.

Vzhledem k různorodým výsledkům bych se tedy prozatím přiklonila k zamítnutí hypotézy a jejímu dalšímu ověřování pomocí jiných metod.

H13. Čím nižší je korupce v prostředí, ve kterém podnik působí, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotéza H13. nebyla potvrzena.**

## **1.14. Podpora státních orgánů a podpora místních orgánů veřejné správy**

Rozložení odpovědí v rámci shluků nevykazuje jednoznačný trend a rozdíly nejsou statisticky významné. Taktéž test variability neprokázal výsledky, které by bylo možné vztáhnout i k základnímu souboru.

Korelace mezi podporou státu a výkonností podniku se projevila jako slabá a záporného směru. V otázce podpory místních orgánů veřejné správy nebyla významná korelace zjištěna.

Souhrnně lze tedy konstatovat, že proměnné podpora státních a místních orgánů se nejvíce jeví jako faktory konkurenceschopnosti.

H14. Čím vyšší je podpora podniku ze strany státních orgánů, tím vyšší je výkonnost podniku.

H15. Čím vyšší je podpora podniku ze strany místních orgánů veřejné správy, tím vyšší je výkonnost podniku.

**Hypotézy H14. a H15. nelze potvrdit.**

## 7. ZÁVĚRY

Předložený materiál prezentuje dosavadní výsledky výzkumu konkurenceschopnosti českých podniků. Cílem tohoto šetření je především nalezení určitých konfigurací faktorů, které zapříčiňují různou úroveň hospodářské úspěšnosti podniku.

V příspěvku byly nejprve rámcově uvedeny výsledky primární analýzy. Cílem další etapy výzkumu bylo především odhalení faktorů, které by mohly mít vliv na výkonnost podniku. Aby bylo možné identifikovat takové faktory, bylo nejprve třeba rozdělit respondenty prostřednictvím shlukové analýzy do skupin dle výkonnosti podniku. Výkonnost je vyhodnocována na základě dvou vybraných ukazatelů – rentability aktiv a meziročního nárůstu aktiv podniku. Dle těchto ukazatelů byly podniky rozříděny do třinácti, pěti a tří shluků. Dále byly vyhledávány takové trendy odpovědí mezi těmito shluky, které prokáží vztah zkoumaných faktorů a výkonnosti podniku.

Hypotézy byly stanoveny následovně:

**Čím nižší (vyšší) úroveň je přisouzena zkoumanému faktoru, tím vyšší je výkonnost podniku.**

Výsledky provedených analýz často nepřinesly příliš jednoznačné výsledky, proto zde vymezím faktory, jejichž vztah k výkonnosti podniku se jeví více přesvědčivě, dále faktory, kde vztah není příliš jednoznačný a nakonec uvádím faktory, u nichž nebyl prokázán vztah k úspěšnosti podniku.

Vazba na výkonnost podniku byla poměrně přesvědčivě nalezena jen u následujících faktorů:

- **Inovační aktivita**

Ukázalo se, že to, jak podniky hodnotí svoji inovační aktivitu ve srovnání s konkurencí, koresponduje s výkonností podniku. Čím vyšší úroveň je totiž přisouzena aspektu inovační aktivity v podniku ve srovnání s konkurencí, tím vyšší je výkonnost podniku.

- **Vyjednávací síla dodavatelů**

Provedené testy ukazují na určitý trend v odpovědích v rámci jednotlivých shluků. Výkonnější podniky častěji uvádí nízkou vyjednávací sílu dodavatelů a naopak slabší podniky uvádí oproti silným podnikům častěji vysokou vyjednávací sílu dodavatelů. Lze tedy usoudit, že vyjednávací síla dodavatelů klesá s výkonností podniku.

Byly taktéž nalezeny faktory, jejichž vztah k výkonnosti je prozatím sporný, neboť výsledky provedených analýz jsou nejednoznačné nebo ne příliš přesvědčivé. U těchto faktorů by zřejmě bylo užitečné provést



i další zkoumání pomocí jiných metod. Je ale zřejmé, že i pokud by byl odhalen vztah ke konkurenceschopnosti podniku, nebude tato vazba příliš silná.

- Schopnost pružného přizpůsobování se požadavkům zákazníků
- Kvalita produkce
- Konkurenční boj
- Péče o zákazníky
- Přístup ke zdrojům financování
- Zájem vstoupit do pracovního poměru
- Korupce v prostředí

Dále byly identifikovány faktory, které pravděpodobně nemají vztah k výkonnosti podniku, nebo je tento vztah velmi slabý:

- Náklady na pracovní sílu a ostatní náklady
- Kvalifikace pracovníků
- Jméno firmy
- Vyjednávací síla odběratelů
- Podpora státních orgánů a podpora místních orgánů veřejné správy

Pravděpodobně budou v rámci empirického šetření následovat i další analýzy, prostřednictvím kterých budou taktéž hledány faktory konkurenceschopnosti. Stávající výsledky budou tedy ještě ověřovány dalšími nástroji.