

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

P R Ů Z K U M

Konkurenceschopnost v zahraničním obchodě

Říjen 2006

.....

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

Jméno a příjmení tazatele (studenta ESF MU):

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

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

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

I. HODNOCENÍ FINANČNÍ ÚSPĚŠNOSTI

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

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

2. Tento stav je v průběhu posledních tří let:

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

¹ Otázka se nevztahuje k variantě odpovědi e) u předchozí otázky

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

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

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

5. Tento stav je v průběhu posledních tří let:

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

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

II. ZAHRANIČNĚ-OBCHODNÍ AKTIVITY

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

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

8. Za poslední tři roky tento podíl:

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

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

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

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

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

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

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

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

a) zajišťujeme výhradně vlastními silami

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

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

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

a) ano. Uveďte, proč a jak:

b) ne. Uveďte, proč:

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

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

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

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

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

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

d) nevyžili jsme žádnou podporu

13. Pro podporu zahraničně-obchodních aktivit:

a) využíváme naše členství v profesní asociaci

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

b) využíváme poradenství hospodářské (resp. obchodní) komory

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

c) využíváme členství v odbytovém sdružení

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

slabá stránka

silná stránka

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

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

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

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

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

21. Hodnotu pro Vaše zahraniční partnery, kterou vytváříte, představují atributy – užítky, benefity, které Váš partner/ři porovnávají s vnímanými náklady, které vznikají z obchodování právě s Vaším podnikem. Pokuste se uvést několik užiteků, které v souvislosti s Vaším podnikem pravděpodobně vnímá/mají Váš/i zahraniční partner/ři a charakterizovat náklady:

22. Na níže uvedené škále označte, jak by jste zhodnotili tzv. marketingová aktiva a schopnosti, kterými Váš podnik disponuje pro oslovování zahraničních trhů. Odlišnou barvou ohodnoťte jednotlivá aktiva a schopnosti pro domácí trh. Vaše hodnocení označte pomocí „x“ a „x“ umístěním na škále, ve které 1 = tímto aktivem/schopností disponujeme jednoznačně, 2 = tímto aktivem/touto schopností disponujeme, ale ne v potřebné míře, 3 = máme bohužel značné nedostatky, 4= toto aktivum/tuto schopnost zcela postrádáme :

Aktivum/schopnost:	1	2	3	4
	----- ----- ----- -----			

- Nákladové výhody
- Technické dovednosti
- Výrobní know-how
- Obchodní dovednosti
- Marketingové dovednosti
- Know-how v oblasti VaV²
- Vlastnictví patentů
- Vlastnictví ochr. známek
- Image podniku
- Přidaná hodnota
- Pozice podniku na trhu
- Značka
- Vztahy se zákazníky
- Distribuční síť
- Dodavatelská síť
- Kvalita distribuce
- Úroveň využívání IT³
- Jiné – uveďte:
-

² VaV označuje vědu a výzkum, resp. Výzkum a vývoj

³ IT označuje informační technologie

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

a) produkt

b)cena

c) distribuce

d) propagace

e) jiný nástroj

f) výzkum/průzkum trhu

g) plánování (včetně strategického)

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