

Projekt diplomové práce

Bc. Martin Schwarz

učo: 401431

Zpracování diplomové práce

Téma: Strategie rozvoje firmy

Company development strategy

Katedra: Podnikové hospodářství

Vedoucí práce: doc. Ing. Petr Pirožek, Ph.D

E-shop spodního prádla Rajpradla.cz



Podnik: PARADEO s.r.o.

Právní forma: společnost s ručením omezeným

Zastoupení: 2 jednatele, za společnost jedná každý samostatně

Předmět podnikání: výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Datum zápisu: 16. srpna 2011

Počet zaměstnanců: 8 zaměstnanců

Řešený problém a cíl práce

Problém: Projekt e-shopu spodního prádla překonal fázi zavádění značky na trh. Po vstupních investicích začíná generovat kladné peněžní toky a tvoří zisk. Vedení podniku chce v horizontu 5-let maximalizovat hodnotu podniku pro případný prodej podniku, avšak nemá zcela jasnou představu o svých budoucích krocích.

Hlavní cíl práce: Analyzovat současný stav podniku, a následně v kontextu možných scénářů budoucnosti navrhnout možné varianty strategického rozvoje podniku.

Dílčí cíle:

- na základě opodstatněného výčtu doporučených strategických variant rozvoje podniku zvolit jednu konkrétní variantu;
- tuto variantu strategického rozvoje rozpracovat hlouběji až na úroveň jednotlivých relevantních aspektů;
- zhodnotit tuto variantu také po ekonomické stránce a doporučit postup její realizace.

Hlavní hypotéza H: Mezi doporučené rozvojové strategie lze zařadit i expanzi na zahraniční trhy.

Metody ověření:

- deskripce podniku a podnikového okolí;
- celková interní a externí strategická analýza podniku (analýzy PEST, Porter, SWOT, KFÚ, atraktivita oboru a konkurence, interní zdroje, specifické přednosti, finanční analýza ..);
- návrh a tvorba možných strategických variant.

Pro následné hlubší rozpracování a rozvedení hlavní hypotézy byly definovány následující dílčí hypotézy.

Dílčí hypotéza H1: Vedení podniku má pro případnou expanzi na zahraniční trh dostatek schopností a zkušeností.

- bez nutnosti např. najmout externí management či konzultační firmu.

Metody ověření:

- popis managementu podniku, SWOT analýza, analýza vnitřních zdrojů a specifických předností;
- polostrukturovaný rozhovor s oběma jednateli.

Hlavní hypotéza H: Mezi doporučené rozvojové strategie lze zařadit i expanzi na zahraniční trhy.

Dílčí hypotéza H2: Podnik se snaží postupně rozvíjet aktivity i na Slovensku, Polsku a Maďarsku. Vzhledem k stávajícímu teritoriálnímu působení, ale i vzhledem k nižší technologické vyspělosti, a současně vyšší kulturní příbuznosti, lze pro expanzi doporučit další trhy východní Evropy. Svou „charakteristikou“ je pro expanzi v tomto regionu nejvýhodnější trh Bulharska, Rumunska, a Ukrajiny.

- „charakteristikou“: rating států (Euromoney), zákaznický potenciál trhů a velikost marže.

Metody ověření:

- sběr a analýza základních informací o regionu východní Evropy včetně PEST analýzy regionu;
- sestavení vlastního algoritmu pro stanovení pořadí výhodnosti států východní Evropy založeném zejména na velikosti potenciální zákaznické základny, případné realizované marže a ukazatele Euromoney;
- na úrovni Rumunska, Bulharska a Ukrajiny provedení analýzy SLEPTE, teritoriální a komoditní průzkumy trhu, analýza atraktivity oboru, konkurence a zákazníků.

Hlavní hypotéza H: Mezi doporučené rozvojové strategie lze zařadit i expanzi na zahraniční trhy.

Dílčí hypotéza H3: Podnik má dostatečné finanční zázemí, aby průnik na jeden z třech vybraných trhů (Bulharsko, Rumunsko, Ukrajina) realizoval z vlastních finančních prostředků, tzn. bez nutnosti vstupu strategického partnera.

- finančního partnera, jež by vložil do podniku potřebný kapitál.

Metody ověření:

- finanční analýza (výkaz zisků a ztrát, cash flow analýza) podniku, analýza poměrových ukazatelů (zadluženost, rentabilita, platební schopnost);
- analýza a odhad finanční nákladovosti expanze na trhy uvedených třech států;
- komparace finanční analýzy a zdraví podniku s nákladovostí expanze.

Dílčí hypotéza H4: Průnik na první ze tří řešených zahraničních trhů lze realizovat do šesti měsíců od případného rozhodnutí vedení podniku o expanzi.

Metody ověření:

- finanční analýza, analýza vnitřních zdrojů podniku, SWTO analýza;
- sběr a analýza informací o možnostech a podmínkách vstupu na dané zahraniční trhy;
- indukce pro stanovení strategie postupu a harmonogramu expanze.

Hlavní hypotéza H: Mezi doporučené rozvojové strategie lze zařadit i expanzi na zahraniční trhy.

Dílčí hypotéza H5: Více jak 90% uživatelů internetu v Bulharsku, Rumunsku nebo Ukrajině již někdy nakoupilo jakékoliv zboží na internetu. Typickým zákazníkem e-shopu spodního prádla v těchto zemích pak je, stejně jako v ČR, žena mírně nadprůměrných příjmů ve věku 30 -39 let.

Metody ověření:

- zákaznické šetření realizované formou dotazníkového šetření;
- on-line dotazník s uzavřenými, polouzavřenými, ale i otevřenými otázkami;
- šetření formou ankety realizované v ČR, Bulharsku, Rumunsku a na Ukrajině;
- komparace výsledků šetření v ČR a zahraničí.

Dílčí hypotéza H6: Pokud by obyvatelé Bulharska, Rumunska a Ukrajiny měli informaci o existenci nového spolehlivého a ověřeného e-shopu se spodním prádlem, který nabízí kvalitní značkové zboží za výhodné ceny, nadpoloviční většina z nich by takový e-shop se spodním prádlem spíše navštívila.

Metody ověření:

- zákaznické šetření v uvedených destinacích a za uvedených podmínek.

Rozšířený přehled literatury:

- DEDOUCHOVÁ, M. *Strategie podniku*. 1. vyd. Praha: C.H.Beck, 2001. 256s. ISBN 80-7179-603-4
- HRŮZOVÁ, H. *Manažerské rozhodování*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2007. 230s. ISBN 978-80-86730-12-7
- KISLINGEROVÁ, E., et al., *Nová ekonomika : nové příležitosti?*. Praha: C.H. Beck, 2011. 322s. ISBN 978-80-7400-403-2
- KOVÁŘ, F. *Strategický management*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2008. 206s. ISBN 978-80-86730-33-2
- PORTER, E. M. *On Competition*. 1st ed. Boston: Harvard Business School Publishing Corporation, 2008. ISBN 978-1-4221-2696-7
- SIMON, H. *Skrytí šampióni 21. století*. 1. vyd. Praha: Management Press. 2010. 383s. ISBN 978-80-7261-225-3
- SOUČEK, Z. *Firma 21. století: Předstihneme nejlepší!!!* Praha:Professional Publishing, 2005. 258 s. ISBN 80-86419-88-6.
- SOUČEK, Z. *Úspěšné zavádění strategického řízení firmy*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2003. 213 s. ISBN 80-86419-47-9. str. 9
- ŠTRSCH, P. *Principy managementu*, 1.vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2007. 153s. ISBN 978-80-86730-23-3
- VEBER, J., et al., *Management*. 2. vyd. Praha: MANAGEMENT PRESS, 2011. 710s. ISBN 978-80-7261-200-0
- ZUZÁK R. *Strategické řízení podniku*, 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 176s. 978-80-247-4008-9
- ZUZÁK, R. *Strategické řízení pro obor Podnikání a administrativa*. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2009. 172s. ISBN 978-80-213-1968-4.