

# Základy podnikání – II.

Vytváření zaměstnaneckých družstev na venkově jako nástroj boje proti hospodářské krizi



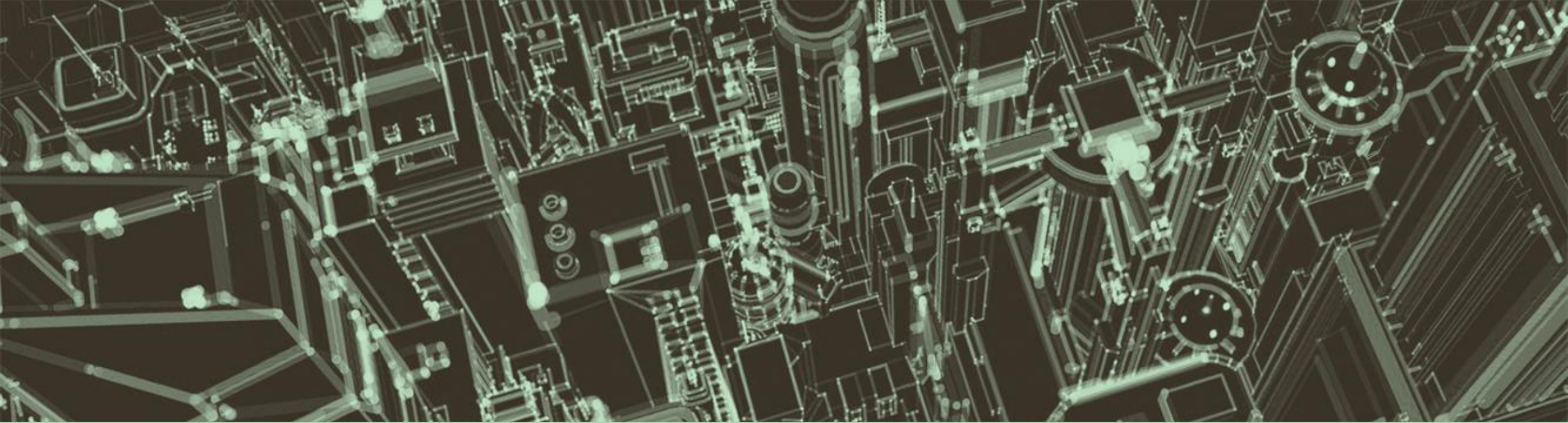
OPERAČNÍ PROGRAM  
LIDSKÉ ZDROJE  
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME  
VAŠI BUDOUCNOST  
[www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz)

# Obsah

## Osobní a externí analýzy:

1. *Formulace vize – cílů*
2. *SWOT analýza*
3. *Vision board*
4. *SLEPT/PEST analýza*
5. *Porterův model konkurenčních sil*



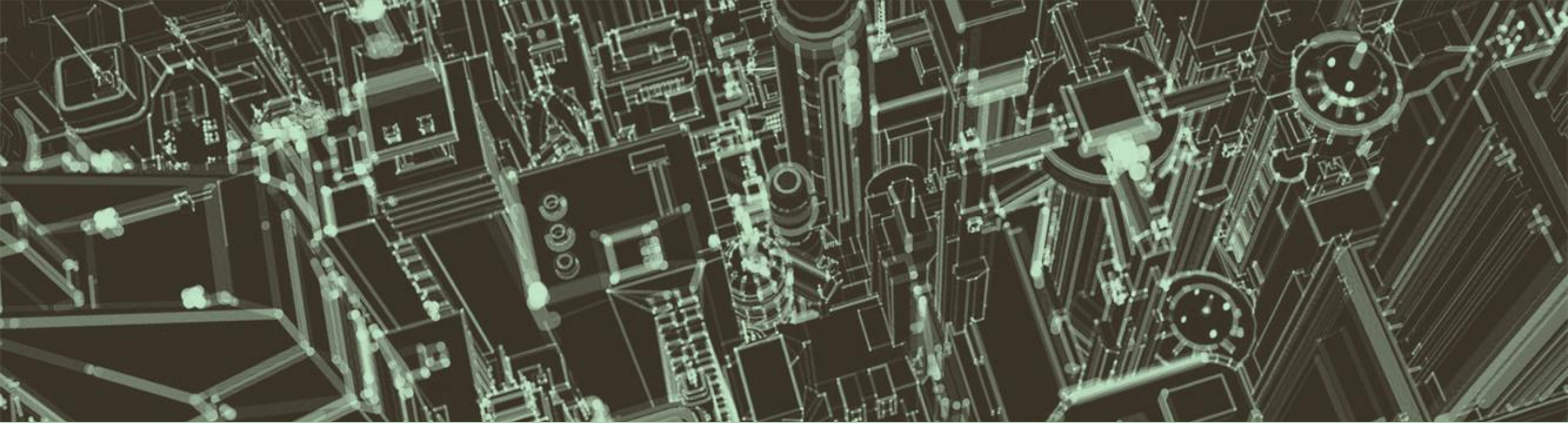
**Vize - cíle**



# Vize k podnikání

- Vize je obecnou formulací konečného stavu (tzn. jak by mělo vypadat mé podnikání v ideálním stavu)
- Motto - jasně a úderně charakterizuje mé cíle.
- Úkol:
- Minidotazník – profesní profil





# SWOT analýza

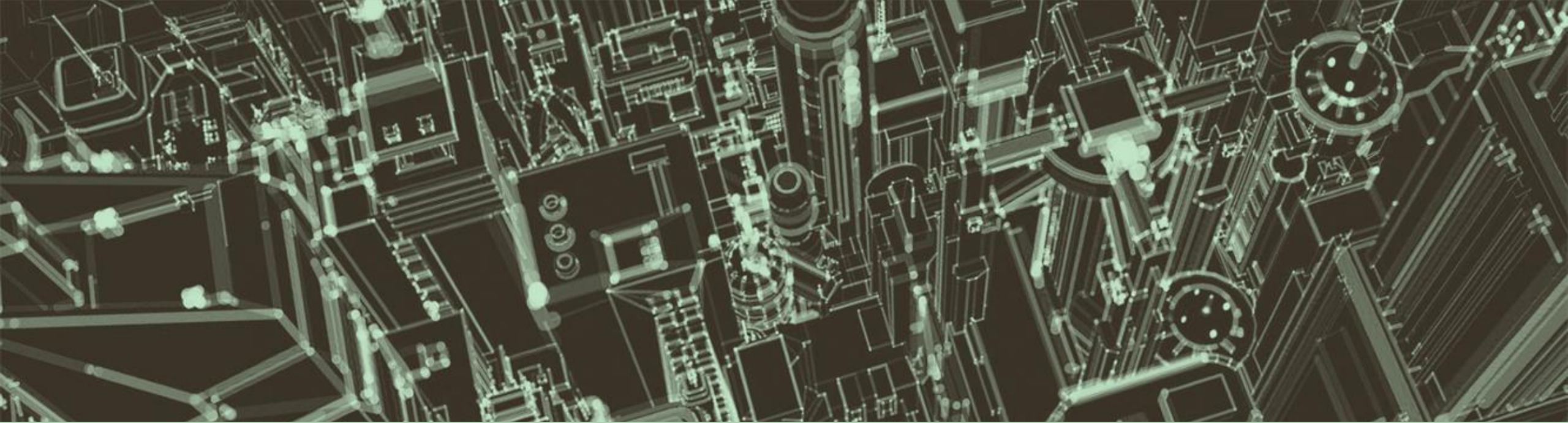


# SWOT analýza

- SWOT je metoda celkového určení pozitivních a negativních stránek.
- Silné a slabé stránky jsou zpravidla vnitřní aspekty území mikroregionu.
- Příležitosti a ohrožení jsou faktory vnější, které nepodléhají přímému vlivu.

**S**trengths  
**W**eaknesses  
**O**pportunities  
**T**hreats





# Vision board



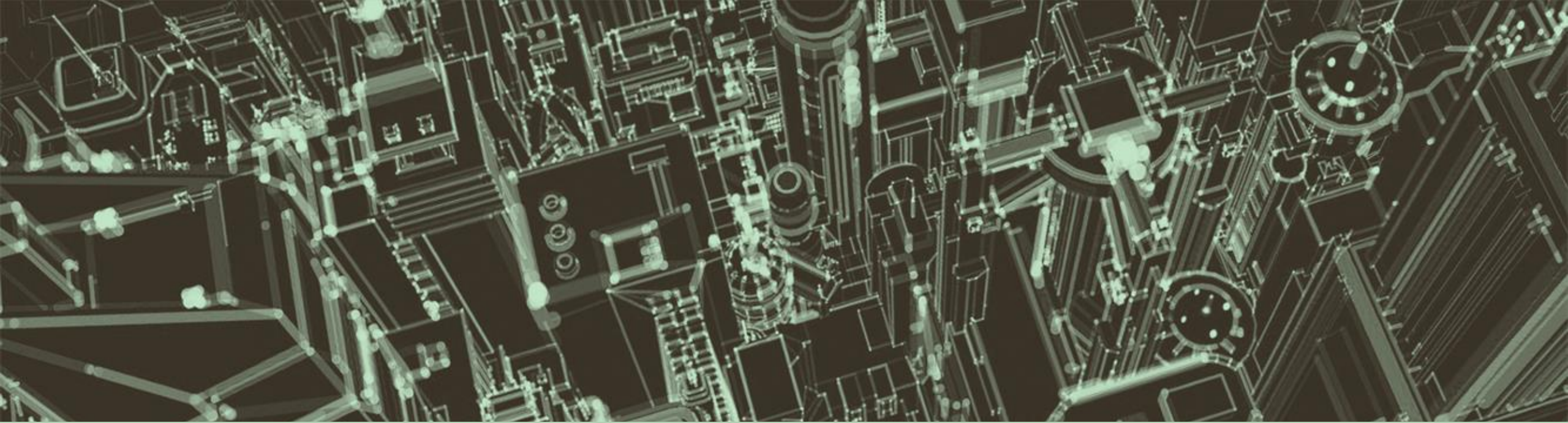
# Váš vision board

- Úkol !!!

## Nástěnka vizí







# SLEPT analýza



# SLEPT analýza

- Je nástrojem sloužící k identifikaci a zkoumání externích faktorů
- Analyzují se sociální, legislativní, ekonomické, politické a technologické faktory



**S**ocial  
**L**egal  
**E**conomic  
**P**olitical  
**T**echnological

# SLEPT analýza – sociální faktory

- Faktory ovlivňující okruh zvoleného podnikání
- Demografické údaje:
  - Počet a věkové složení obyvatelstva
  - Úroveň vzdělání
  - Sociální a kulturní aspekty či zvyklosti
- Úkol!!!

# SLEPT analýza – Legislativní faktory

- Základní legislativní faktory ovlivňující okruh zvoleného podnikání
- Podnikání ovlivňuje řada právních úprav a zákonů :
  - 2 základní – živnostenský zákon a obchodní zákoník
  - Např. Vyhláška č. 137/2004 Sb. o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných – např. separé WC personálu a spotřebitele
  - Normy ČSN – české technické normy
  - Zákon č.258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví a další
- Úkol!!!

# SLEPT analýza – Ekonomické faktory

- Základní ekonomické faktory ovlivňující okruh zvoleného podnikání
- Analýza zohledňuje například:
  - Inflaci – meziroční míru inflace, která vyjadřuje procentní změnu průměrné cenové hladiny za 12 posledních měsíců
  - Změny sazby DPH
  - Průměrné platy a mzdy (sazby v místě obvyklé)
  - Vývoj nezaměstnanosti
  - Vývoj kurzů
- Úkol!!!

# SLEPT analýza – Politické faktory

- Ať chceme nebo nechceme politika přímo nebo nepřímo ovlivňuje okruh zvoleného podnikání
- Analýza proto zohledňuje například:
  - Prognózy stability vlády, regionální a komunální politiky a jejich případný vliv na rozvoj podnikání
  - Případně se hledají aspekty např. nových nařízení a vlivy regulací ze strany EU
- Úkol!!!

# SLEPT analýza – Technologické faktory

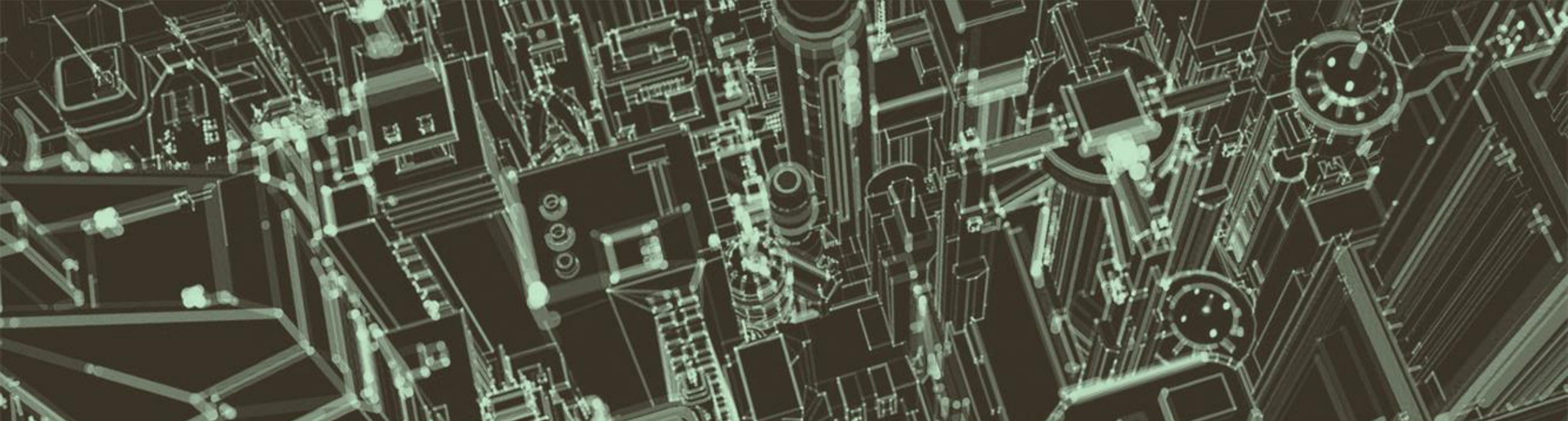
- Jsou především aspekty z oblastí informačních, ale i produkčních technologií, které přímo nebo nepřímo ovlivňují okruh zvoleného podnikání
- Analýza proto zohledňuje například:
  - Využití IT – především PC, internetu a sociálních sítí v podnikání
  - ❖ Softwarové a hardwarové potřeby
  - ❖ Webové stránky, e-shopy, online rezervační systémy, marketing přes sociální sítě...
  - Případně se hledají aspekty specifických produkčních technologií
- Úkol!!!

## PEST analýza

- Je obdobným nástrojem sloužící k identifikaci a zkoumání externích faktorů
- Analyzují se stejné faktory jako u SLEPT, pouze s vynecháním Legislativních faktorů!!!

**P**olitical  
**E**conomic  
**S**ocial  
**T**echnological



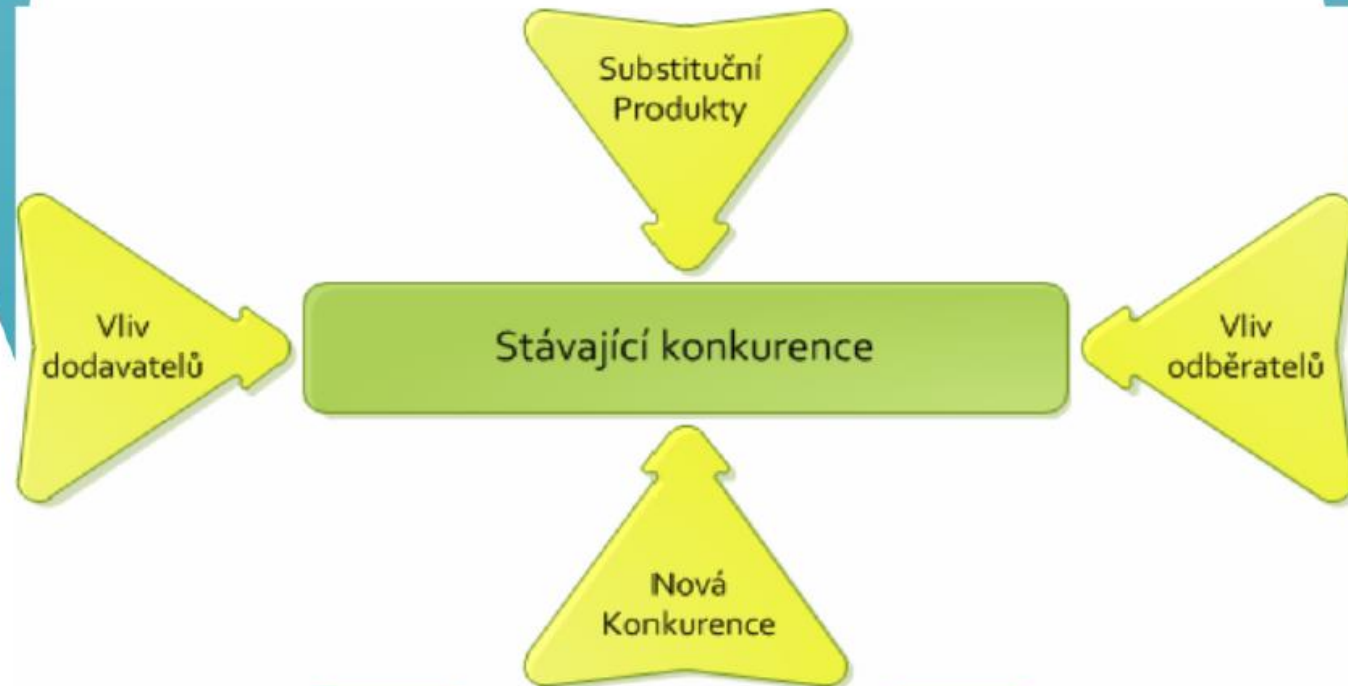


# Porterův model konkurenčních sil



## Porterův model pěti sil

Model se snaží odvodit sílu konkurence v nalyzovaném odvětví a tím pádem také ziskovost daného sektoru trhu. K dosažení tohoto cíle rozebírá pět klíčových vlivů, které konkurenceschopnost firmy přímo či nepřímo ovlivňují.



# 1. Síla - Ohrožení ze vstupu nové konkurence

- Identifikace produktu/služby:
  - Jaký produkt/službu budu vytvářet?
  - Jaký bude mít design, model, vzhled či styl?
  - Jaký bude mít produkt/služba jméno / značku?
- Porovnání produktu s jeho konkurenty:
  - Jedná se o zcela nový produkt/službu?
  - Jen místně nebo v ČR, EU, na světě?
- **Úkol!!!**
- **Identifikuje hrozby nebo příležitosti unikátnosti podnikatelského záměru**

## 2. Síla – Smluvní síla dodavatelů

- Identifikace dodavatelů:
  - Pouze jeden na trhu či jich je jich dostatek?
  - Mohu díky nim vyrábět či poskytovat služby kvalitněji?
  - Mohu na své produkty poskytovat záruku?
  - Je díky znalosti dodavatelů můj produkt/služba atraktivnější, lepší než konkurence?
  - Mohu používat kvalitní suroviny?
- Přesný popis dodavatelů
- Úkol!!!
- Identifikuje hrozby nebo příležitosti monopolního či diverzifikovaného vztahu s dodavateli
- Čím silnější jsou dodavatelé, tím více si mohou diktovat ceny!

### 3. Síla – Vyjednávací síla odběratelů

- Identifikace konečných zákazníků:
    - Je poptávka po produktech/službách? - **marketingový průzkum**
    - Mohou zákazníci ovlivňovat ceny mých produktů/služeb?
    - Jakou kvalitu očekávají a vyžadují zákazníci?
    - Kdo jsou moji zákazníci – jedinci, domácnosti, statní či veřejná správa, soukromé nebo nevládní organizace?
    - Obyvatelé města / venkova?
  - Přesný popis zákazníků a identifikace jejich kupní síly
  - **Úkol!!!**
- Identifikuje hrozby nebo příležitosti zákazníků
  - Čím méně je zákazníků, tím více si mohou diktovat ceny!

## 4. Síla – Hrozba substitutů

- Úkol!!!

- Identifikace podobných produktů či služeb:
  - Jsou na trhu podobní výrobci či poskytovatelé služeb?
  - V čem se liší?
  - Mám možnost měřit svůj podíl na trhu?
  - Jaké jsou jejich omezení v poskytovaných produktech a službách?
- Přesný popis obdobných výrobků či služeb

## 5. Síla – Rivalita mezi stávajícími konkurenty

- Identifikace konkurenčního boje:
  - Ovlivňují moji konkurenti to, že nemohu získat dobré místo blízko mých zákazníků?
  - Mohu získat dobré místo za rozumnou cenu?
  - Ovlivní konkurenti sestavení mé ceny? Měl bych ji sestavit na základě nákladů? Poptávky? Konkurence? Cenové dostupnosti nebo různé ceny?
- Přesný popis konkurentů a jejich vlivu

• Úkol!!!

Děkuji za pozornost



- Ivo Škrabal
- tel. 777 793 714
- [info@bec-coop.cz](mailto:info@bec-coop.cz)