

OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Střední škola obchodu,
služeb a podnikání
a Vyšší odborná škola

Kněžskodvorská 33/A, 370 04 České Budějovice

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jméno autora: Ing. Juraszková Marcela

Datum vytvoření: 20. 6. 2012

Ročník: III.

Vzdělávací oblast: Obchodní provoz

Vzdělávací obor: Obchodník

Tematický okruh: Marketing a management

Téma: Analýza portfólia

Číslo DUMu: VY_32_INOVACE_11_MM_02

Metodický list/anotace: Vysvětlení účelu portfoliové analýzy firmy a seznámení se dvěma nejobvyklejšími modely. Při cvičeních žáci komentují, analyzují zadané příklady a vyvozují závěry s jejich zdůvodněním.

Téma lze vyučovat i v jiných oborech.

Analýza podnikatelského portfólia

Účelem je:

- posoudit a názorně popsat atraktivitu jednotlivých produktů pro určité trhy
- naznačit perspektivnost jednotlivých podnikatelských jednotek
- zvolit pro ně vhodné marketingové strategie a stanovit postup jejich realizace

Strategická podnikatelská jednotka (SBU)

- označení výrobní divize nebo výrobní řady v rámci celého podniku
- schopna samostatné existence
- má své vlastní vedení
- obsluhuje jasně definovaný segment trhu
- má své vlastní konkurenty

Charakteristika SBU

- ve firmě má vlastní poslání
- má stanoveny vlastní cíle
- lze jí samostatně plánovat
- má vlastní konkurenty
- má vlastního odpovědného manažera zodpovídajícího za strategické plánování a zisk

Portfólio SBU

Veškeré podnikatelské aktivity dané
strategické podnikatelské jednotky



Modely portfólio analýzy

Bostonská matice
produktové analýzy
- **BCG model**
(Boston Consulting Group)

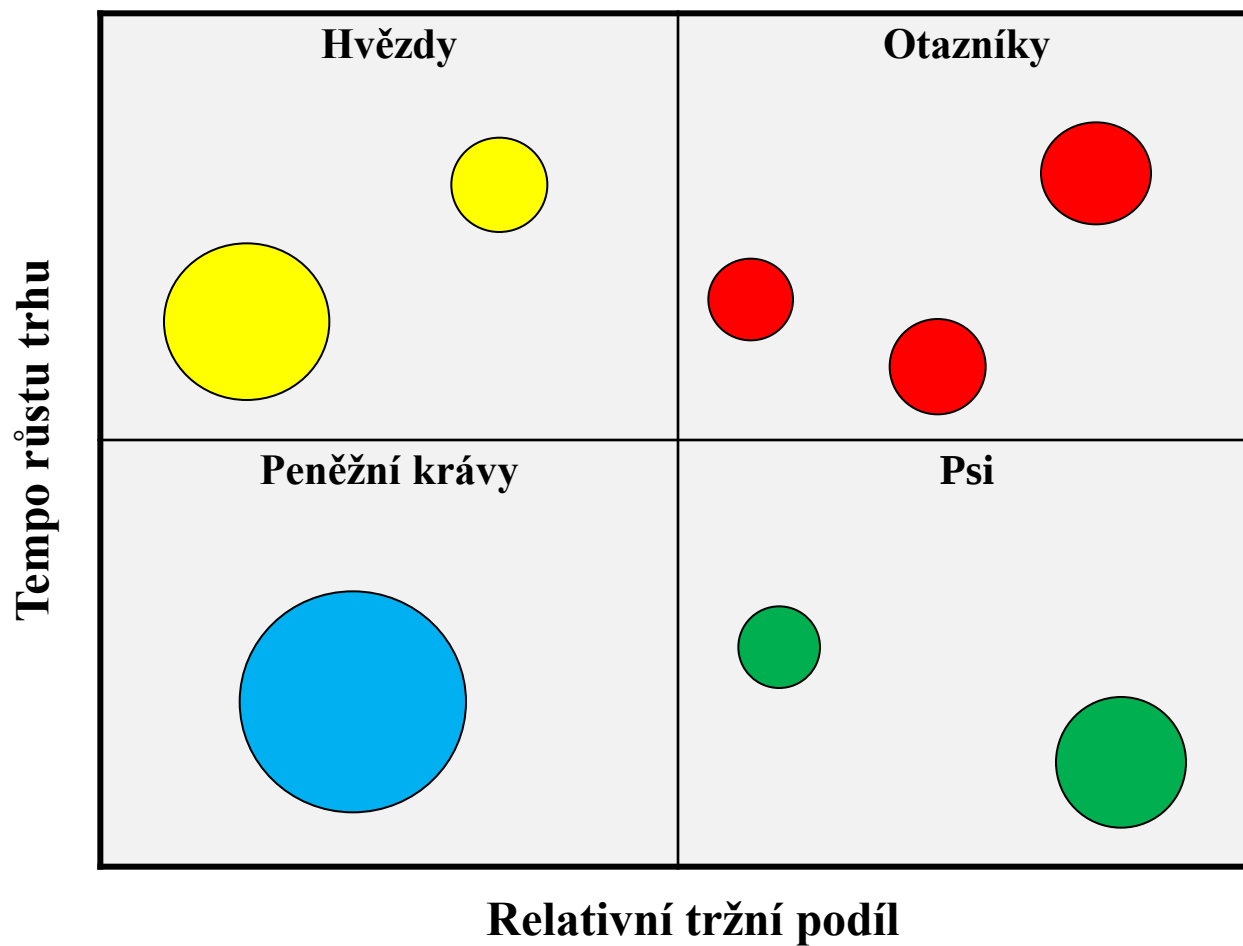
Model firmy
General Electric
- **(GE model)**

Výsledek portfólio analýzy

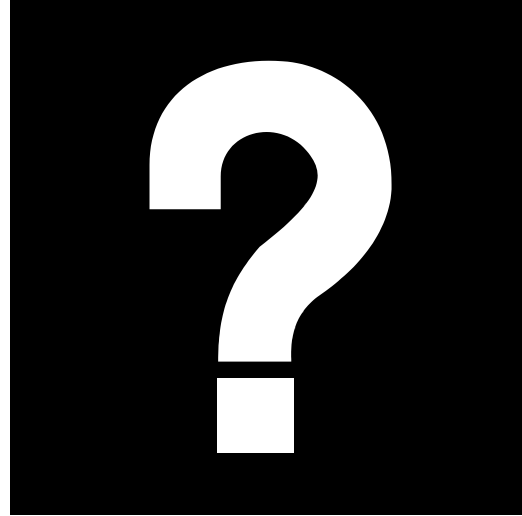
Má smysl SBU dále:

1. budovat?
2. udržovat?
3. rozvíjet?
4. tlumit?
5. rušit?

BCG model

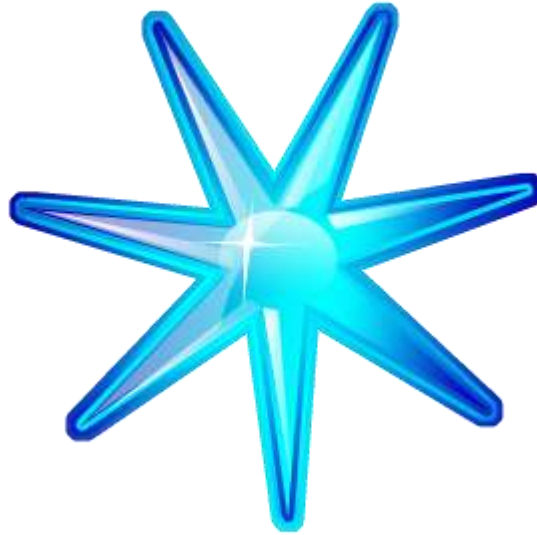


BCG model – kvadrant "Otazník"



- vyznačuje se vysokým tempem růstu
- pro přesun do kvadrantu "hvězd" zapotřebí značných investic

BCG model – kvadrant "Hvězda"



- perspektivní postavení
- dominance na trhu s dobrou perspektivou dalšího růstu

BCG model – kvadrant "Dojná kráva"



- představuje ideální případ
- nevyžaduje příliš velké investice
- přináší velký zisk a má vysoký podíl na trhu

BCG model – kvadrant „Pes“



- nepřináší téměř žádný zisk a jeho další existence předpokládá investice
- rozhodnout, zda udržovat (a proč?), zrušit anebo prodat

Varianty vývoje SBU

- **Budovat**

vhodné především pro otazníky, které se mají stát hvězdami

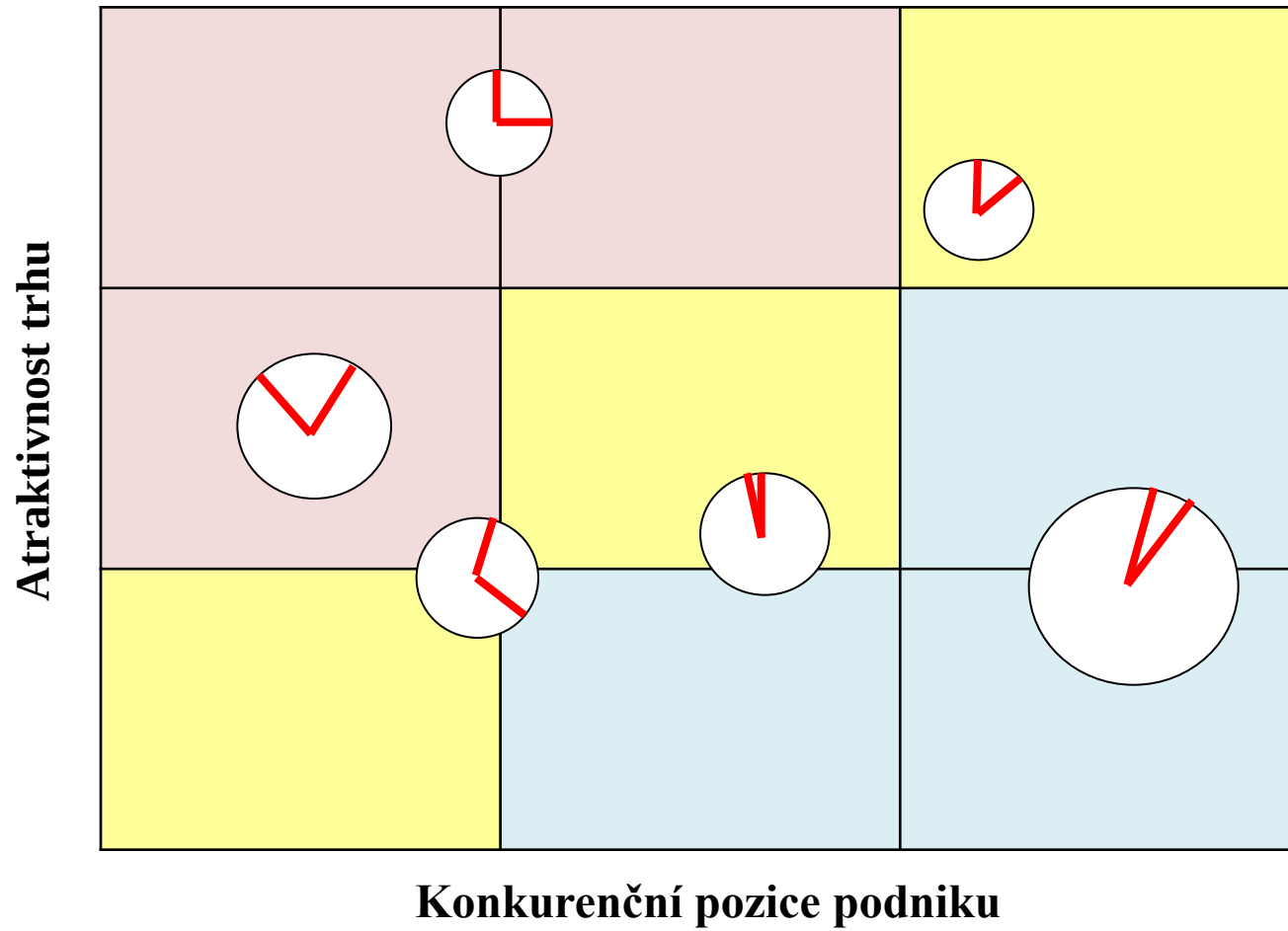
- **Udržovat**

vhodné pro dojně krávy, které mají nejistou budoucnost, lze použít i u otazníků a starých psů

- **Likvidovat**

obchod prodat nebo úplně zlikvidovat a získané finanční prostředky využít lépe

Model GE



Model GE

Atraktivnost trhu

vyjádřena velikostí trhu, tempem růstu trhu, cykličností či sezónností trhu, povahou konkurence a chováním konkurenčních institucí, technologickým vývojem atd.

Model GE

Konkurenční pozice podniku

vyjádřena pomocí podílu na celkovém trhu, ročním tempem růstu tržeb, věrností zákazníků, technologickými možnostmi, strukturou finančních zdrojů apod.

Otázky a úkoly

1. V jakých kvadrantech by se měly převážně nalézat produkty firmy, abychom mohli říci, že má firma zdravé portfólio?
2. S jakými nevýhodami musíme počítat při práci s modelem BCG?

Prameny

BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. 1. vyd. Praha : C. H. BECK, 2003. ISBN 80-7179-577-1.

HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-996-9.

KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha : Grada Publishing, 2005. ISBN 80-7169-600-5.

SVĚTLÍK, J. *Marketing - Cesta k trhu*. Plzeň : Aleš Čeněk - vydavatelství a nakladatelství, 2005. 344 s. ISBN 80-86898-48-2.

TOMEK, J. *Základy strategického marketingu*. Plzeň : ZČU Plzeň, 1998. 307 s. ISBN 80-7082-444-1.

Citace

Zdroj obrázků: Microsoft® Office PowerPoint® 2007 (12.0.6654.5000) SP3
MSO (12.0.6662.5000)