

Ekonomická univerzita v Bratislave  
Fakulta podnikového manažmentu  
Katedra manažmentu

## SEMINÁRNA PRÁCA ZO STRATEGICKÉHO MANAŽMENTU „Rastová stratégia podniku“

2. roč. 2. st. (V. ročník) FPM denné štúdium, zimný semester, akademický rok 2022 - 2023

Meno a priezvisko:

Študijná skupina:

Osnova seminárnej práce.

### 0. Identifikácia podniku

- 0.1 Predmet podnikania:
- 0.2 SK NACE (číslo a text prevzaté z Finstat, resp. podľa účtovnej uzávierky):
- 0.3 Názov podniku a jeho právna forma:
- 0.4 Poštová adresa, e-adresa, www stránka, www stránka vo Finstat:
- 0.5 Dátum vzniku (rok, mesiac):
- 0.6 Predstavitel' podniku (meno, priezvisko, funkcia):

### 1. Charakteristika produktu/služby

- 1.1 Opis produktu/služby a ponúkanej hodnoty (užitočnosti) pre zákazníka
- 1.2 Hodnotenie výnimočnosti produktu/služby
- 1.3 Dôkazy o výnimočnosti produktu/služby
- 1.4 Doterajšie využitie podnikateľského potenciálu produktu/služby (premena na hodnotu pre zákazníka)
- 1.5 Odhadovaný podnikateľský (predaj, zisk, podiel na trhu) potenciál produktu/služby
- 1.6 Problémy s produkčnou kapacitou, sprievodnými službami, dodávateľmi, predajom, financovaním
- 1.7 Komercializácia produktu

### 2. Podnikateľ/zakladateľ/vedúca osoba

- 2.1 Vek
- 2.2 Stupeň vzdelania
- 2.3 Druh vzdelania
- 2.4 Pracovná skúsenosť zakladateľa pred začiatkom podnikania a od začiatku podnikania v odvetví (roky/roky)
- 2.5 Manažérska skúsenosť zakladateľa pred začiatkom podnikania a od začiatku podnikania v odvetví (roky/roky)
- 2.6 Dôvody na vstup do podnikania

### 3. Zamestnanci

- 3.1 Počet zamestnancov
- 3.2 Prevládajúci vek
- 3.3 Homogenita ↔ heterogenita veku zamestnancov
- 3.4 Prevládajúci stupeň vzdelania
- 3.5 Homogenita ↔ heterogenita vzdelania zamestnancov
- 3.6 Prevládajúci obsah vzdelania
- 3.7 Homogenita ↔ heterogenita obsahu vzdelania zamestnancov

- 3.8 Pracovné skúsenosti zamestnancov pred vstupom do podniku a od vstupu do podniku:
- 3.9 Homogenita ↔ heterogenita pracovných skúseností zamestnancov
- 3.10 Interná kooperácia zamestnancov, kooperácia zamestnancov s externými partnermi, adaptabilita/agilita zamestnancov na nepredvídané udalosti a výzvy

#### **4. Podnikateľské prostredie** (vonkajšie možnosti rastu, vznik a veľkosť príležitostí a hrozieb, verejná podpora nového podnikania, záujem investorov)

- 4.1 Fáza životného cyklu odvetvia.
- 4.2 Ročná miera rastu trhu (odvetvia).
- 4.3 Akčný rádius konkurencie.
- 4.4 Intenzita konkurencie (konkurenčné pomery v odvetví).
- 4.5 Predvídateľnosť budúceho vývoja (3 – 5 rokov).
- 4.6 Očakávané zmeny v podnikateľskom prostredí.
- 4.7 Ponuky na externú spoluprácu technologickú (V+V), výrobnú, obchodnú, propagačnú.
- 4.8 Záujem (ponuka) investorov o podnikanie s potenciálom rastu.
- 4.9 Verejná a štátna podpora podnikania s potenciálom rastu.
- 4.10 Rastové vyhliadky odvetvia, druhy zásadných zmien, zdroje zmien, hlavné trendy vývoja, najväčší konkurenti a ich výnimočné vlastnosti a odlišnosti, internacionalizácia podnikania.

#### **5. Interné prostredie** (vnútorné dôvody a podmienky rastu; súčasný stav)

- 5.1 Plánované ciele
- 5.2 Vonkajšie merateľné prejavy rastu (rastové konanie podniku)
- 5.3 Motivácie k rastu (vnútorné dôvody a potreby rastu)
- 5.4 Materiálne a personálne podmienky rastu (nehmotné a hmotné zdroje a kompetencie)
- 5.5 Plánovanie rastu (cieľavedomé, prediktívne - spontánne, neprediktívne)

#### **6. Škálovanie** (príprava a podpora udržateľnosti expanzie súčasný stav)

- 6.1 Manažérske talenty (vyhľadávanie a výchova)
- 6.2 Rozvoj tímu (nábor, výcvik a udržanie schopných zamestnancov)
- 6.3 Ďalší výskum a vývoj (neustále zdokonaľovanie produktu)
- 6.4 Dizajn produktu (širšie možnosti použitia, ktoré neboli predvídané u prvej verzie produktu)
- 6.5 Rozvoj výrobných a realizačných kapacít (fungovanie produktu vo veľkom; vybudovanie vhodných technických základov)
- 6.6 Štandardizovanie procesov, delegovanie úloh a právomocí
- 6.7 Prístup na trh (najmä medzinárodný)
- 6.8 Marketing (účinné marketingové kampane, ktorá presvedčia nielen skorých osvojiteľov, ale aj skorú väčšinu zákazníkov)
- 6.9 Podniková kultúra (zväčšovanie podniku a iný systém riadenia prinesie zmeny, ktoré členovia pôvodného tímu nemusia prijať)
- 6.10 Externé kooperácie (partneri mimo podnik)
- 6.11 Potreba investorov (identifikovanie kľúčových schopností, jedinečných znalostí, ktorých investičná podpora naštartuje a udrží rast)

#### **7. Akcelerátory/motivátory rastu a prekážky/inhibítory rastu**

- 7.1 Externé akcelerátory rastu
- 7.2 Externé prekážky rastu
- 7.3 Interné akcelerátory rastu
- 7.4 Interné prekážky k rastu

#### **8. Výkonové ukazovatele skutočné (Finstat)**

- 8.1 Krivky tržieb
- 8.2 Krivky zisku
- 8.3 Tabuľka (celkové výnosy, strata/zisk, aktíva, vlastný kapitál, celková zadlženosť, hrubá marža)
- 8.4 Hodnotenie doterajšieho rastu tržieb a zisku

## 9. Hodnotenie možností a potenciálu podniku na udržateľný a dynamický rast

- 9.1 Produkt
- 9.2 Podnikateľ
- 9.3 Zamestnanci
- 9.4 Podnikateľské prostredie
- 9.5 Interné prostredie
- 9.6 Škálovanie

## 10. Návrhy na udržateľný a dynamický rast

### Usmernenia a pokyny.

- A. Objektom seminárnej práce je malý alebo stredný podnik, ktorý má predpoklady na rýchly rast alebo sa nachádza vo fáze rýchleho rastu alebo prekonal obdobie rýchleho a výrazného vzostupu a v súčasnosti rastie len pomaly.
- B. Zvolený objekt seminárnej práce musí právnu formu podniku a môže podnikáť v akomkoľvek odvetví.
- C. Údaje v oddieloch **0.** a **8.** sú prevzaté z verejných info zdrojov, najmä z Finstatu
- D. **Netolerujú sa duplicity!** Každá študentka a každý študent si overí, či sú jediní spracovatelia seminárnej práce o zvolenom podniku v ZS 2022-2023 z FPM v predmete Strategický manažment.
- E. Seminárnu prácu zaznamenajte ako elektronický dokument (čistopis) v úložisku: **adresa bude včas oznámená**
- F. Seminárna práca v rukopise (nečistopise) sa odovzdáva na cvičení.
- G. Termín zadania seminárnej práce: 1. týždeň ZS 2022 - 2023  
Termín uloženia a odovzdania seminárnej práce: 11. týždeň ZS 2022 - 2023

### Študijná literatúra:

#### a) základná:

1. Slávik, Š.: Strategický manažment. Sprint 2, Bratislava 2015, e-shop: [www.sprint2.sk](http://www.sprint2.sk)
2. Mišúnová Hudáková, I. a kol.: Strategický manažment. Prípadové štúdie. Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2019

#### b) odporúčaná:

1. Thompson, A. A. Jr. - Peteraf, M. A. - Gamble, J. E. - Strickland, A. J.: Crafting and executing strategy: Concepts and cases. 23rd edition. McGraw Hill, New York, 2022
2. Dess, G. G. – Lumpkin, G. T. – Eisner, A. B. – McNamara - Kim, B.: Strategic management. Creating competitive advantages. 9th edition, McGraw-Hill Education, New York 2018
3. Rothaermel, F. T.: Strategic management. Concepts and Cases. McGraw-Hill/Irwin, 3rd edition, New York, 2016
4. Grant, R. M: Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases. 8th edition, Wiley, 2013
5. Schmitt, B. H.: Stratégia odvážnych. Eastone Books, Bratislava 2010
6. Slávik, Š. a kol.: Podnikateľské modely. Ekonóm, Bratislava 2014