

ABSTRAKT

Hlavním cílem bakalářské práce strategická analýza firmy Henkel ČR, spol. s r.o. je provést strategickou analýzu a navrhnout strategii, která by byla pro firmu vhodná do budoucna. V teoretické části jsou vysvětleny základní pojmy a východiska, které jsou relevantní pro provedení a vypracování analýzy vnitřního a vnějšího prostředí firmy. Tyto poznatky dále slouží jako podklad pro vytvoření praktické části. V praktické části jsou získané informace aplikovány na strategickou analýzu pro firmu Henkel ČR, spol. s r.o. Závěr této práce obsahuje možná doporučení a opatření ke zkvalitnění činnosti této firmy.

ABSTRACT

The main goal of the bachelor thesis Strategic Analysis of Henkel ČR, spol. s r.o. is to carry out a strategic analysis and propose a strategy that would be suitable for the company in the future. The theoretical part explains the basic concepts and starting points, which are relevant for execution and analysis of the internal and external environment of the company. This information also serves as a basis for creating a practical part. In the practical part, the acquired information is applied to the strategic analysis for Henkel ČR, spol. s r.o. The conclusion of this thesis contains possible recommendations and measures to improve the quality of this company's business.

CÍL PRÁCE

Hlavním cílem mé bakalářské práce je analyzovat společnost Henkel ČR, spol. s r.o., zhodnotit její pozici na trhu a na základě zjištěných poznatků navrhnout možná zlepšení a doporučení. Tuto analýzu provedu pomocí strategické analýzy. Motivem pro vypracování této práce je absence strategické analýzy ve společnosti, zejména z externího pohledu. Společnost čelí v takovém případě riziku tzv. provozní slepoty, které může vést k zásadním negativním efektům hlavně v dlouhodobém výhledu. Práce by proto měla mít faktický přínos pro společnost a také být východiskem pro určování dalších strategických cílů do budoucna. V práci aplikuji metody v strategické analýze nejčastěji využívané.

METODY

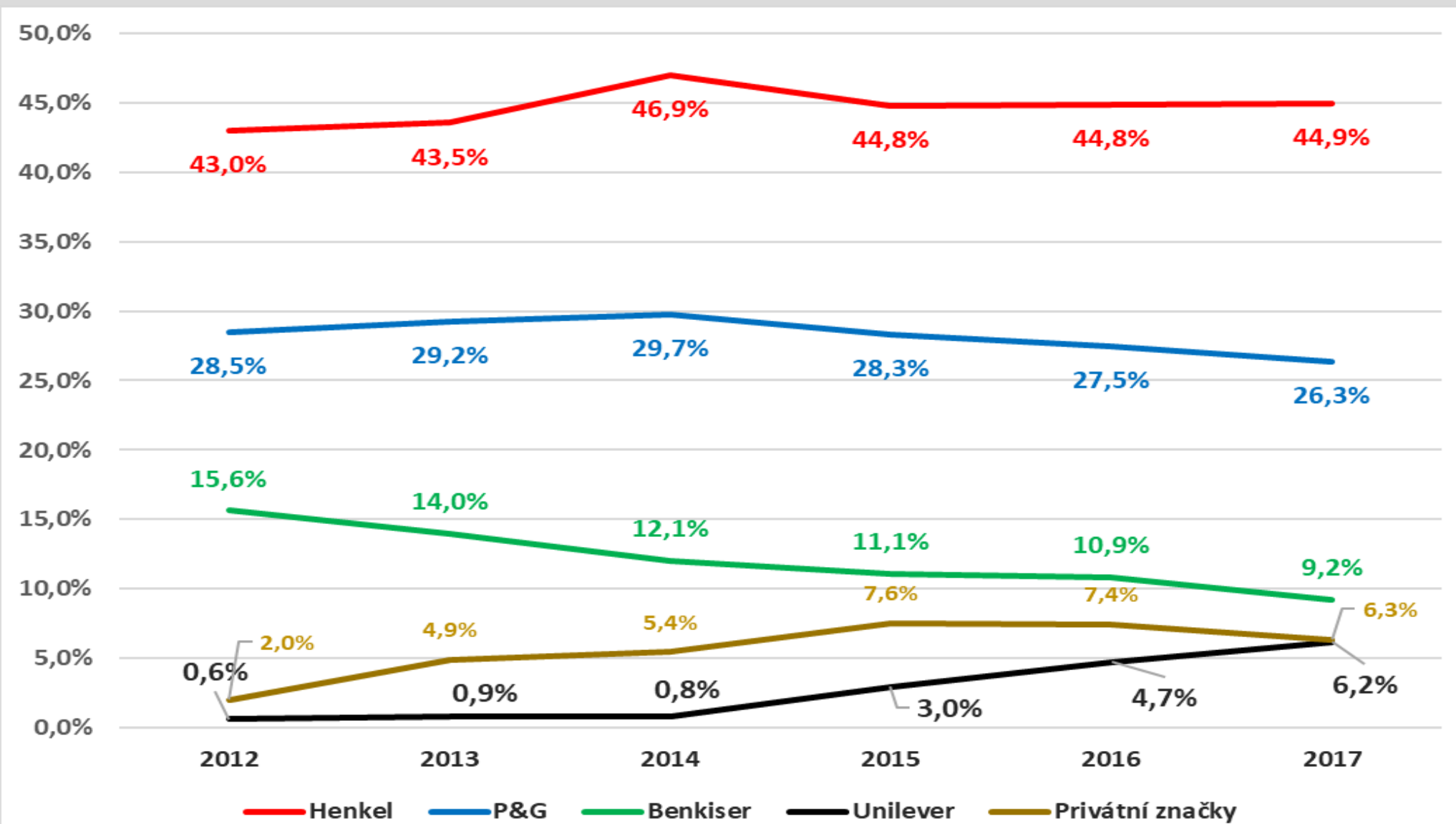
- PEST analýza
- Porterův model pěti sil
- Vnitřní analýza
- SWOT analýza

ZÁVĚR

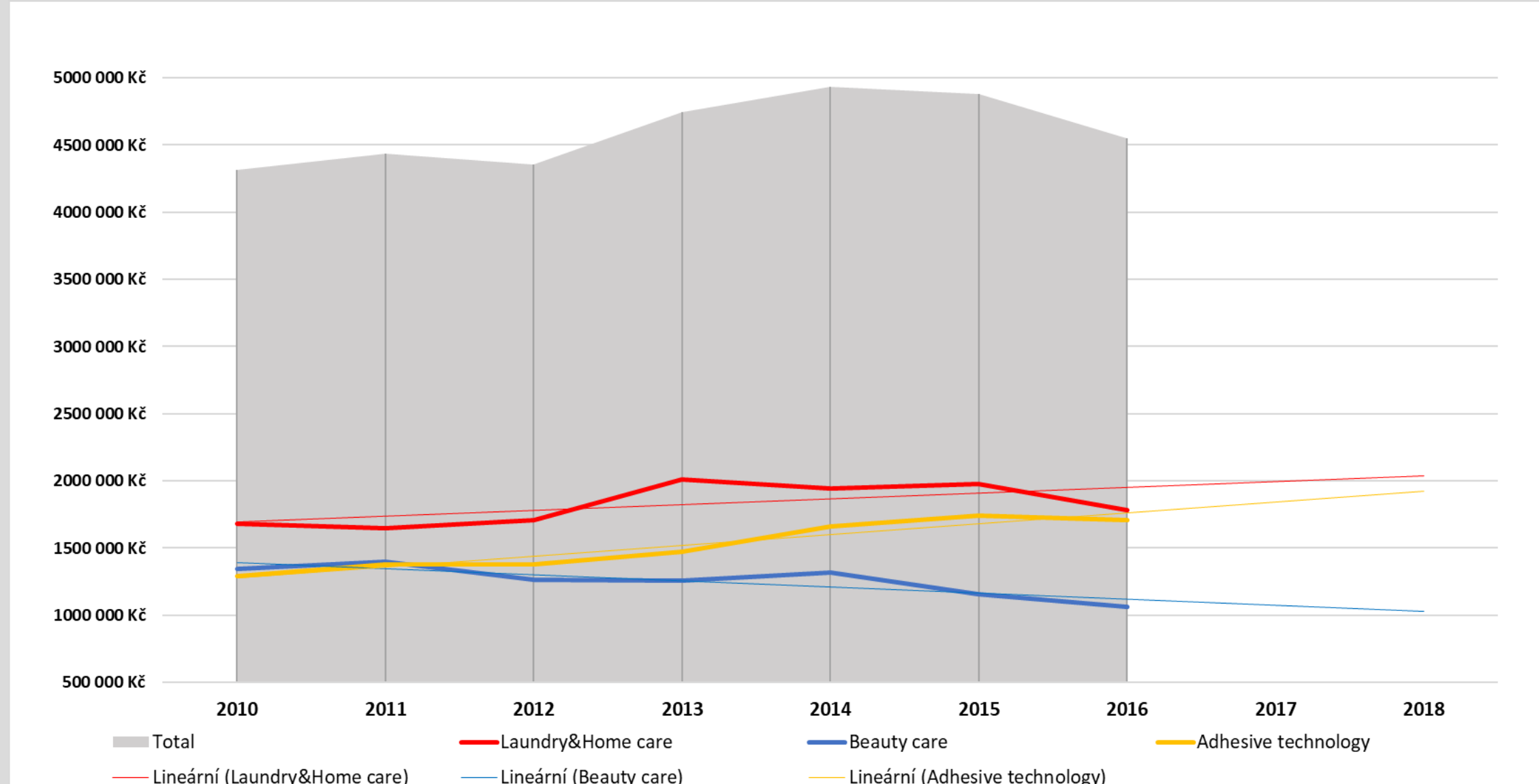
SWOT analýza ukázala na nedostatky ve formě absence tuzemského skladu a dalších logistických problémů. Na druhou stranu přinesla pozitivní pohled na příležitosti, kterými společnost disponuje jako například vývoj e-commerce, virtualizace vztahů se zákazníky a rozvoj spotřeby v rámci svých dominantních kategorií. Dále bylo zjištěno že je pro firmu důležité neustále sledovat dění na trhu, ale také tuto situaci proaktivně ovlivňovat z pozice vedoucího hráče na trhu. Z výsledků analýzy vnitřního prostředí je patrné že společnost HENKEL ČR, spol. s r.o. již několikátým rokem dominuje českému trhu v oblasti detergentů nebo kosmetiky. S růstem objemu trhu rostou také zisky společnosti, a to naskýtá nové možnosti investování



PODÍLY NA TRHU



ZISKOVOST SPOLEČNOSTI V OBDOBÍ 2010-2016 (V TIS. KČ)



SWOT ANALÝZA SPOLEČNOSTI HENKEL ČR, s r.o.

| Silné stránky | Slabé stránky |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - stabilita - finanční stabilita - jediný odvětví podnikání - široký sortiment - podíl na trhu | <ul style="list-style-type: none"> - chybí tuzemský sklad - logistika - výroba v zahraničí |
| Příležitosti | Hrozby |
| <ul style="list-style-type: none"> - stálé rozšiřování sortimentu - e-commerce - zlepšení slabých stránek | <ul style="list-style-type: none"> - cenová politika konkurence - nová konkurence - zdražení vsutpního materiálu |

STRATEGICKÉ CÍLE V KRÁTKÉM OBDOBÍ

- upevnit a nadále udržovat vztahy se zákazníky v pozitivním směru
- vymezit svůj vztah vůči konkurenci
- rychleji reagovat na aktivitu konkurence
- obnovit důvěru u spotřebitelů vůči značce a vyvrátit veškeré diskuse o nekvalitních produktech ze sortimentu Henkelu ČR
- Investovat do rozšíření nebo vylepšení technologií

STRATEGICKÉ CÍLE V DLOUHÉM OBDOBÍ

- udržení případně růst podílů na trhu
- nové aktivity, trendy
- penetrace e-commerce
- výstavba skladových prostorů
- zkvalitnění procesů dodávek zboží
- rozšíření sortimentu
- vytvořit spotřební návyky
- edukace zákazníků
- cílená reklama zaměřená na kvalitu