

Strategická analýza

Student: Denisa Vondrášková

Vedoucí práce: Ing. Dagmar Čámská, Ph.D.

Akademický rok: 2017/2018

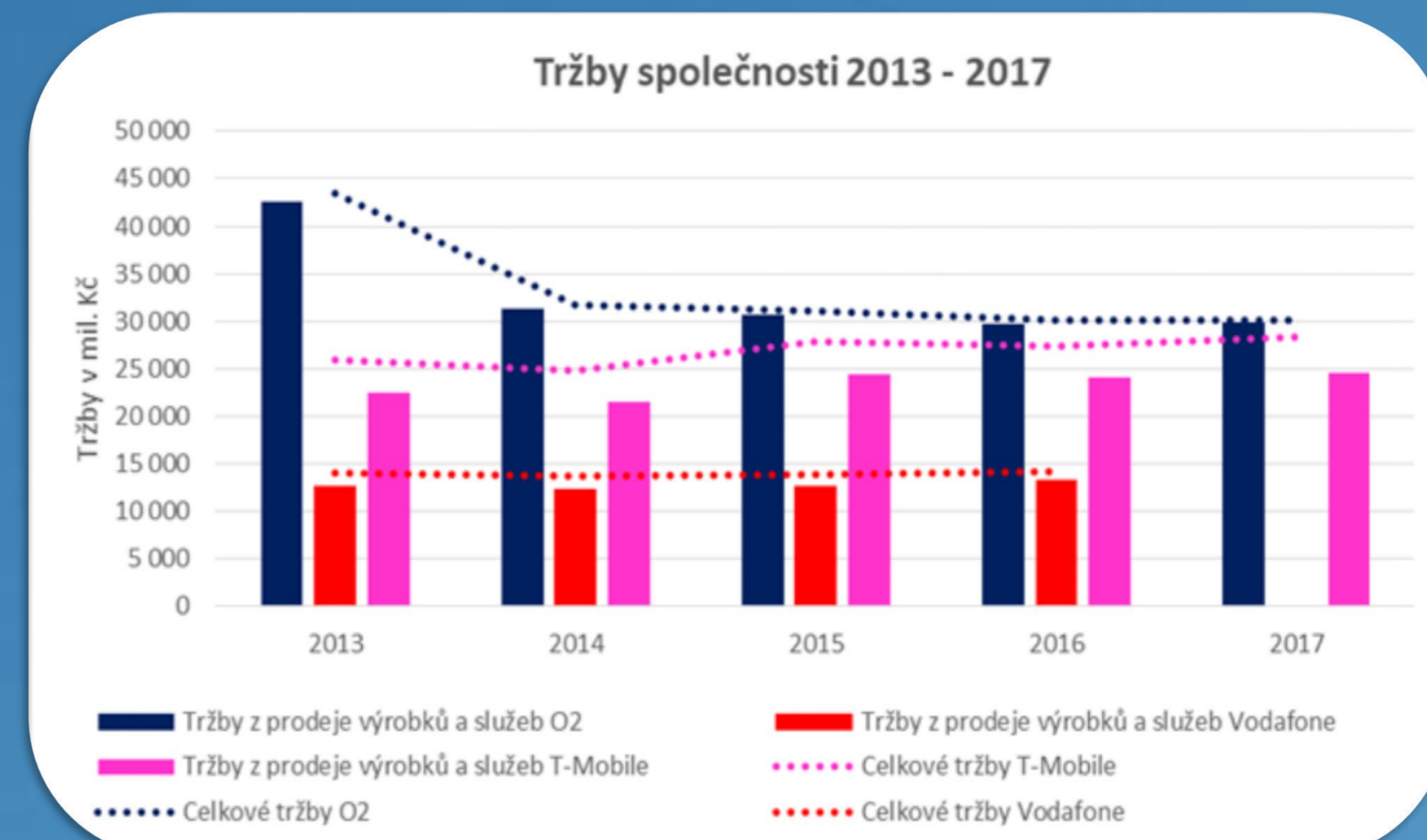
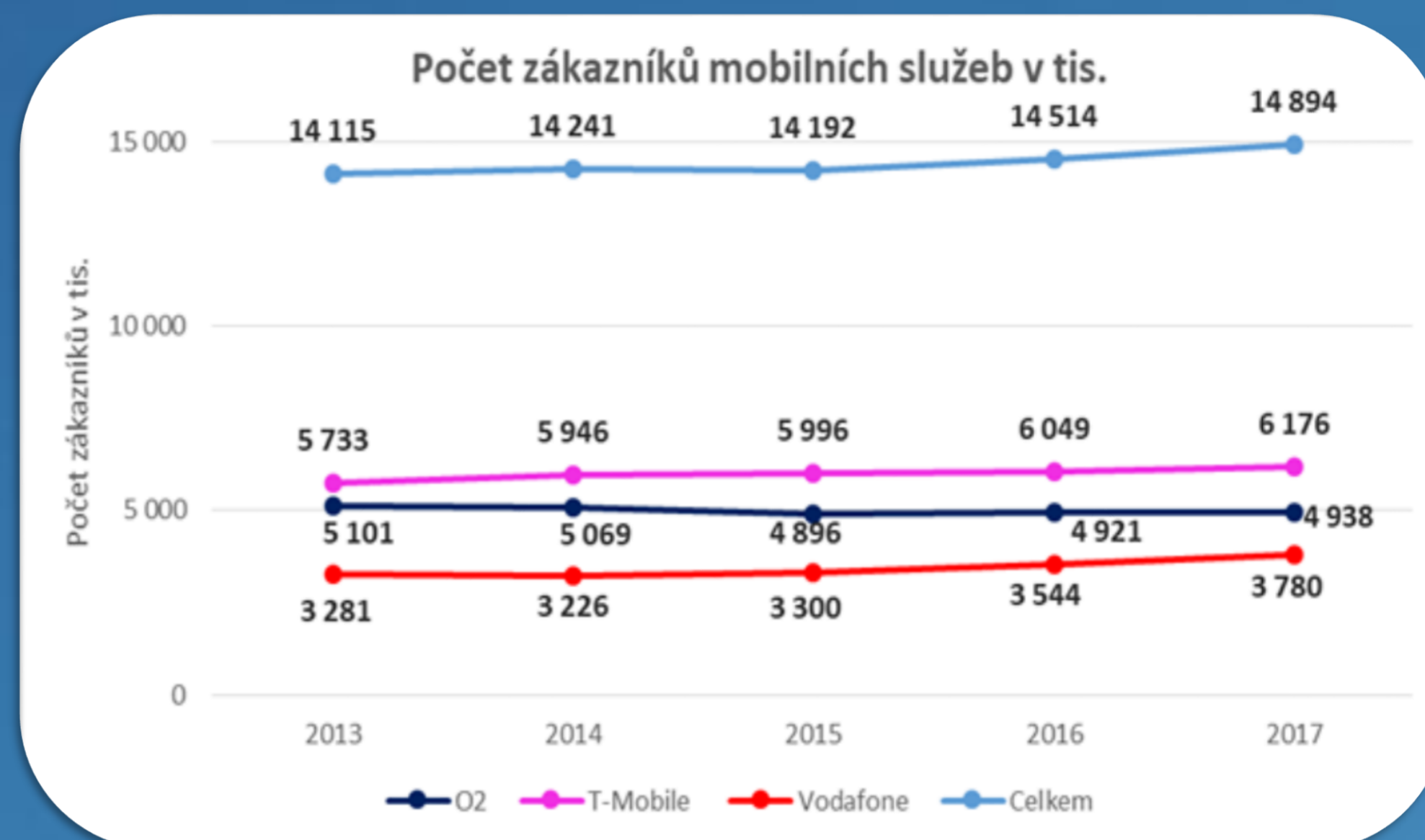
České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií



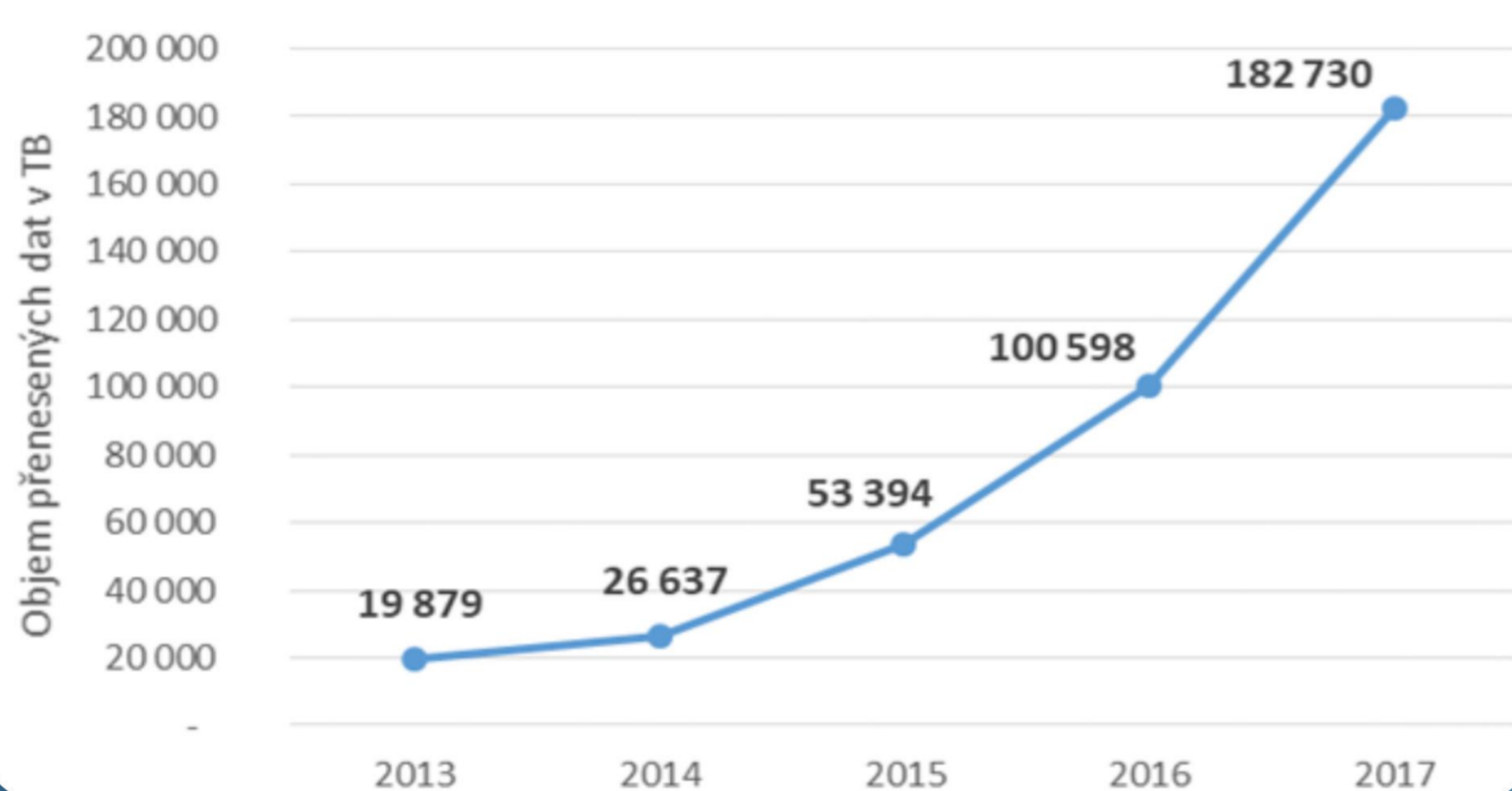
Abstrakt

Cílem této práce je provést strategickou analýzu společnosti O2 Czech Republic a.s. ve vazbě na hlavní konkurenty a navrhnout případná opatření vztahující se k této oblasti. Na základě veřejně dostupných dat jsou postupně zkoumány vlivy vnějšího a vnitřního prostředí společnosti. V rámci těchto analýz je analyzováno okolí pomocí PESTLE analýzy, Porterova modelu konkurenčního prostředí a provedena je také analýza telekomunikačního trhu. Následně je věnována pozornost vnitřnímu prostředí společnosti a samotné finanční analýze. V poslední části dochází k syntéze všech provedených analýz, podle kterých jsou navržena opatření pro tvorbu strategie. Na základě výsledků provedených analýz je doporučeno společnosti O2 zvyšovat zákaznickou spokojenost, zaměřit se na segment mobilních dat a rozšiřovat nabídku služby O2TV.

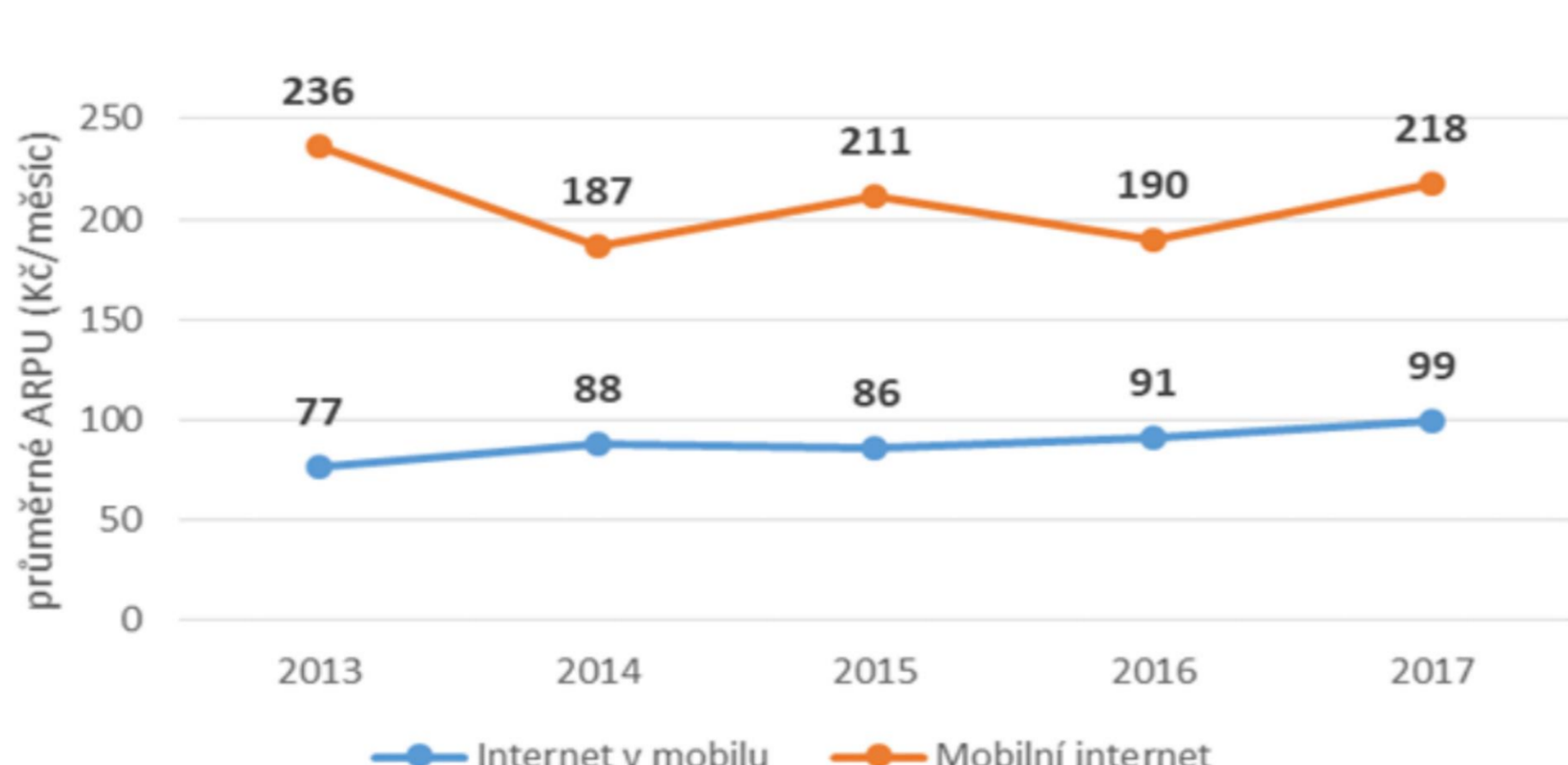
The aim of this thesis is to perform a strategic analysis of O2 Czech Republic a.s. in relation to the main competitors and to propose possible measures relating to this area. Based on publicly available data, the effects of the company's external and internal environment are gradually being investigated. Within these analysis, the environment is being analyzed by using PESTLE analysis, Porter's Five Forces and an analysis of the telecommunications market was also done. Then the attention is paid to the internal environment of the company and the financial analysis itself. In the last part, all the analysis performed are synthesized, according to which strategies are being proposed. Based on the results of the analysis, O2 is recommended to increase customer satisfaction, focus on the mobile data segment, and expand the O2TV service offer.



Vývoj objemu mobilních dat



Vývoj ARPU u mobilních datových služeb



Syntéza a závěrečná doporučení



Řízení zákaznické spokojenosti



Mobilní data



Rozšiřování nabídky O2 TV

Na základě všech provedených analýz a zkoumání došlo k navržení tří doporučení, které mohou být využity při tvorbě strategických cílů. Díky postupnému úpadku výnosu vycházejícího z tradičních telekomunikačních služeb bylo doporučeno společnosti O2 věnovat se rostoucí oblasti mobilních služeb, konkrétně mobilních dat. Zároveň byl zjištěn další významný segment, a to segment televizních služeb, kterému by společnost měla věnovat zvýšenou pozornost a soustředit se na rozšiřování této služby převážně mezi malé podnikatele. Společnosti O2 bylo také doporučeno zvyšovat zákaznickou spokojenost, která by měla být doprovázena jednotným marketingem a vedla by k vylepšení současné image. Z hlediska finanční situace ve společnosti nebyla shledána žádná komplikace, která by měla v následujících letech ohrozit působení společnosti O2. V rámci jednotlivých metod finanční analýzy dosahovala O2 v porovnání s konkurencí téměř vždy nejlepších hodnot.