



# ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ

## Projektové řízení inovací v podniku

Název práce: Proces inovace produktu a strategie uvedení produktu na trh ve vybrané společnosti

Vedoucí práce: Ing. Petra Jílková, Ph. D.

Autor: Bc. Petr Kříž

Akademický rok: 2018/2019

### Abstrakt

Diplomová práce se zabývá inovací produktu a strategií umístění na trhu. Cílem práce je navrhnout řešení inovace produktu vybraného podniku a následně vytvořit strategii pro umístění produktu na trh. V rámci inovace se práce zabývá také čistou současnou hodnotou původního produktu a návratností investice do inovace. Pomocí potřebných analytických nástrojů je v práci uvedena analýza vnitřního prostředí firmy, makroprostředí a mikroprostředí. V návaznosti na tyto analýzy je vytvořena strategie STDP a marketingový mix pro uvedení inovace na trh.

### Abstract

Diploma thesis deals with product innovation and market placement strategy. The purpose of this work is to propose innovation of a product and then create market placement strategy. Net present value and returnability of an original investment is included and It creates a base for future investment. Analysis of an internal, micro and macro environment is made via requisite analysis instruments. These analyses are starting point for STDP strategy and marketing mix of a market placement of a product.

### Cíl práce

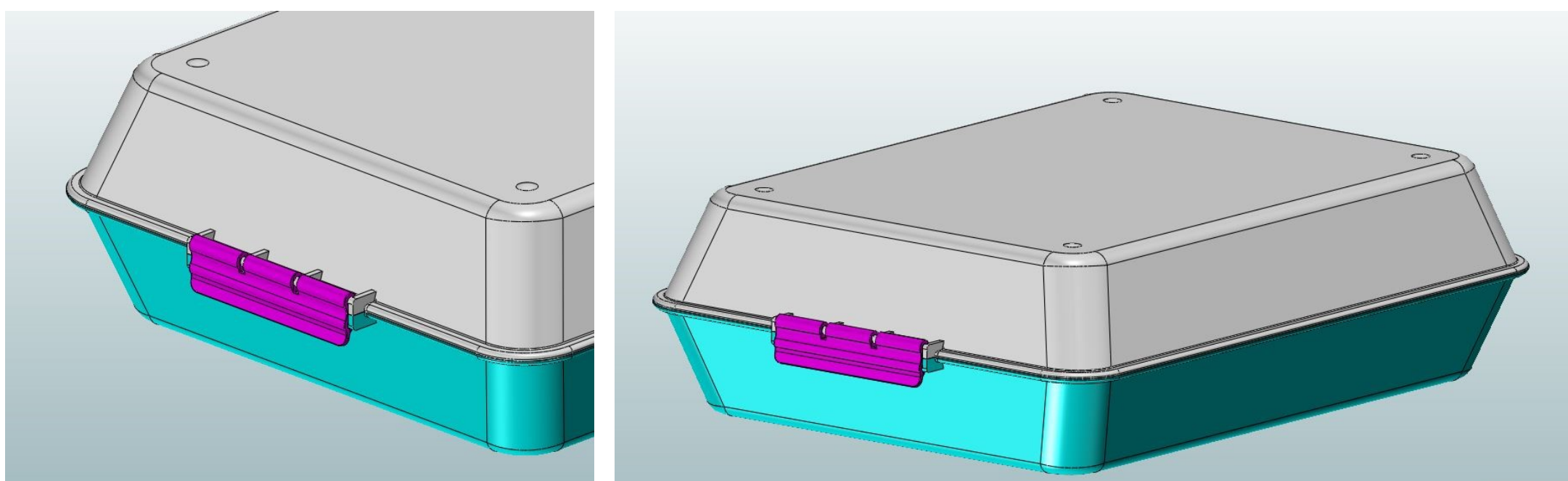
Diplomová práce se zabývá inovací produktu v rodinné firmě a jeho strategií umístění na trh. Cílem práce je analyzovat současný stav produktu a na jeho základě navrhnout inovaci, která povede k lepší pozici produktu na trhu. Zároveň je cílem inovace zlepšit návratnost investic, což je jedním z dlouhodobých cílů firmy.

### Metodika

Teoretická část práce se opírá o odbornou literaturu, která se zabývá marketingovými koncepcemi a oblastmi marketingu, inovacemi, vývojem inovačních koncepcí, finanční analýzou a analýzami okolí firmy. V teoretické části práce je také čerpáno ze studijních materiálů. Praktická část diplomové práce začíná finanční analýzou, která je rozdělena na analýzu finančního zdraví podniku, ve které se zkoumají poměroví ukazatelé firmy a na hodnocení investice metodou čisté současné hodnoty. K analýze vnitřního prostředí firmy je použita VRIN analýza, ve které se hodnotí zdroje, které má podnik k dispozici. Práce se také zabývá analýzou mikroprostředí a makroprostředí. V analýze mikroprostředí řeší Porterův model pěti konkurenčních sil okolí podniku, která firma může svým působením ovlivnit. Součástí je také SWOT analýza vybraného podniku a analýza portfolia. Analýza makroprostředí se zabývá politickými, ekonomickými, sociálními, technologickými a enviromentálními faktory, které společnost ovlivňují.

## Řešení

Poměrové ukazatele zjistili současný stav finančního zdraví podniku, který se projevil jako vhodný pro investici do inovace produktu. V rámci čisté současné hodnoty původní investice do produktu se projevila nedostatečná návratnost původní investice do produktu. Toto vyhodnocení vedlo k rozhodnutí daný produkt inovovat. Na tomto základě byl vytvořen návrh na inovaci vybraného produktu, který byl zpracován v programu ZW3D.



V rámci tvorby ceny produktu byla vytvořena kalkulace na základě nákladů na produkt. Ta se zabývala výrobními náklady na produkt, náklady na balení produktu, poté se připočetla velkoobchodní marže a marže internetového obchodu, ke které se připočetla také daň.

Dóza DUO-LOCK 1,5 l náklady na balení	Cena	Spotřeba jednotky/ks	Počet ks do jednotky	Náklady/ks
paleta	250 Kč		640	0,391
folie	1 Kč/m	0,047		0,047
kartonová krabice	14 Kč/ks	0,03125	32	0,438
štítek	0,02 Kč/ks		1	0,020
smršťovací folie	2 Kč/m		4	0,500
leták	2 Kč/ks		1	2,000
Doba balení produktu	60 ks/hod.			3,750
Hodinová sazba lidské práce	225 Kč/hod.			
<b>Celkem balení na ks</b>				<b>7,145</b>

	Dóza DUO-LOCK 1,5 l	Dóza DUO-LOCK 2 l
Výrobní náklady	20,88	21,77
Náklady na balení	7,145	7,67
Náklady celkem	28,03	29,44
Marže	100%	100%
<b>Prodejní cena</b>	<b>56,05</b>	<b>58,88</b>

	Dóza DUO-LOCK 1,5 l	Dóza DUO-LOCK 2 l
Prodejní cena	56,05 Kč	58,88 Kč
Marže e-shopu	21%	21%
Daň	21%	21%
<b>Prodejní cena</b>	<b>82,06 Kč</b>	<b>86,21 Kč</b>

O propagaci produktu se postarala PPC reklamní kampaň, která byla vytvořena v prostředí Google Adwords a slouží jako reklama ve vyhledávání. Marketingový mix uzavřela distribuce produktu, která bude probíhat pomocí doručovacích služeb jako jsou PPL a Zásilkovna.

Úroveň nastavení	Parametry nastavení	
Kampaň	Název kampaně	Dóza DUO-LOCK
	Rozpočet kampaně (denní/celkový)	Celkový – 100 000 Kč
	Časové rozmezí kampaně	10 měsíců
	Způsob zpoplatnění (CPC/CPT)	CPT
	Cílení na zařízení	Počítač
	Jazykové a geografické cílení	Český a Slovenský jazyk
Reklamní sestava	Demografické cílení (věk, pohlaví, rodičovství)	Věk 25-65 let Pohlaví žena Rodičovství – ano
	Cílení na klíčová slova	Dóza na uchování potravin, dóza na cestování, dóza na přenášení potravin, dóza na servírování, dóza do lednice, plastová dóza, plastový box, dóza lock 1,5 l, dóza lock 2 l, lock-lock dóza
Reklama	Nadpisy	Dóza DUO-LOCK 1,5 l / 2 l Objednejte za nejlepší cenu
	Viditelná URL	www.vybranafirma.cz/duolock
	Popisek	Ideálním pomocníkem do kuchyně, nebo na cesty. Objednejte si již dnes od 82,00...

Poslední kapitola praktické části diplomové práce ukazuje přínos inovace a jeho strategie umístění na trhu. V rámci tří scénářů (nejpravděpodobnější, optimistický a pesimistický) dochází v každém ze scénářů ke zvýšení čisté současné hodnoty investice a zrychlením návratnosti oproti původní investici. V tabulce níže je uveden nejpravděpodobnější scénář.

	Duo 1,5 l	Duo 2 l	Cash-flow	NPV
<b>2019</b>	29 710	50 938	80 648	-84 304
<b>2020</b>	31 454	48 962	80 416	-13 387
<b>2021</b>	34 206	71 780	105 985	74 247
<b>2022</b>	32 632	63 985	96 617	150 173
<b>2023</b>	29 447	59 516	88 964	<b>215 928</b>
			301 753	