

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

PROJEKT DIPLOMOVÉ PRÁCE

MBA

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV DIPLOMOVÉ PRÁCE

Energeticky úsporné domácí spotřebiče - trendy a strategie očima leadera evropského trhu

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

Uzavření studia do 10.6.2012
Obhajoba diplomové práce 30.6.2012

JMÉNO A PŘÍJMENÍ / STUDIJNÍ SKUPINA

Miroslav Veselý/MBA 27

JMÉNO VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Ing. Plamen Pančev Petrov CSc..

DATUM ODEVZDÁNÍ PROJEKTU DIPLOMOVÉ PRÁCE

1.12.2011

POZNÁMKY A PŘIPOMÍNKY

Téma diplomové práce bylo zvoleno v kontextu sedmileté praxe v oboru.

1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je upozornit na dynamicky rostoucí význam tématu úsporných domácích spotřebičů., hodnotícím kritériem bude nárůst podílu energeticky úsporných a super energeticky úsporných spotřebičů na struktuře prodeje evropských výrobců bílé techniky, (jako hlavní trh pro posouzení vývoje a změn bude brána Česká republika) respektive jaký mají energeticky úsporné spotřebiče dopad na celkový vývoj tržních podílů dané značky a jak se mění její profilace v širším sociálně společenském kontextu, což je v rámci definice marketingového konceptu řízení firmy nedílná součást dlouhodobé firemní strategie. Dalším kritériem bude posouzení nárůstu trendu úspory jako celospolečenského tématu, rovněž nárůst angažovanosti různých vládních či vládou podporovaných institucí, které se tematikou osvěty úspory v domácnostech zabývají. Komunikace, její styl a subjekty této komunikace budou dalším ukazatelem, který jasně indikuje rychlé změny nejen v pohledu spotřebitelů, ale i v pohledu vládních institucí k tomuto tématu. Posledním nosným kritériem, které bude sloužit vědeckému účelu této práce, bude řízení životního cyklu výrobků, respektive popis změny systému a procesů v tomto cyklu. V rámci práce budou zohledněny a na konkrétním případěch vysvětleny aktivity všech zainteresovaných subjektů, které v různých stádiích vstupují do životního cyklu výrobku a spolupodílí se tedy na jeho ekologické stopě.

Téma úspory se již pevně usídlilo nejen v oblasti průmyslu, ale také v oblasti domácností. Logickým začátkem úspory v domácnostech bylo téma izolace, vytápění a jeho efektivní regulace, ohřev vody a další. Nicméně spotřeba bílé domácí techniky (pračky, myčky, lednice a další) představuje takřka 40% celkové spotřeby domácností. S ohledem na tento fakt má jakýkoliv pozitivní posun ve spotřebě vzhledem k počtu domácností obrovský energetický dopad na celou národní strategii v oblasti výroby a distribuce energie, respektive i na alokaci dosažitelných energetický zdrojů.

2 Předmět zkoumání

Předmětem zkoumání bude detailní analýza dlouhodobé firemní strategie evropského leadra ve výrobě domácích spotřebičů, jedná se o koncern BSH, který byl založen v roce 1967 a je z 50% vlastněn společností Robert Bosch GmbH a z 50% společností Siemens AG. Obě mateřské společnosti patří do absolutní špičky ve svých oborech a to v celosvětovém měřítku. Koncern BSH je největší výrobce domácích spotřebičů v Evropě se silnou dlouhodobou orientací na výrobu a distribuci energeticky úsporných domácích spotřebičů. Leadership koncernu BSH se logicky odráží i v jeho evropských legislativních aktivitách a lobbingu. Druhým pilířem zkoumání bude implementace koncernové strategie v rámci obchodního zastoupení v České republice. Budeme analyzovat nejen měnící se strukturu v oblasti konkrétních produktových skupin, ale i celkovou integraci veškerých komunikačních a společenských aktivit daného zastoupení v rámci národního trhu.

Na předmětu zkoumání si na více stupňovém modelu ověříme nezbytnost této strategie pro udržitelný růst v národním, ale zejména globálním měřítku. Schopnost vyvíjet a distribuovat energeticky úsporné spotřebiče s přidanou hodnotou pro konečného spotřebitele je v rámci dané firemní strategie jeden z hlavních nosníků dlouhodobě udržitelné konkurenční výhody, význam této strategie je naprosto zásadního charakteru.

Na primárních výzkumných datech si ukážeme jak se prolíná realita vnímání značky v očích spotřebitelů s představami koncernu, jak s těmito odchylkami pracovat při formování budoucích strategických a taktických plánů. V neposlední řadě se budeme u předmětu zkoumání zabývat tím, jakou kritérium spotřeby hraje roli hraje v nákupním rozhodování a jak se tato role v čase mění.

Než dojdeme ke spotřebiteli potřebujeme jako další nedílnou součást místo prodeje, ať už je to forma klasického kamenného obchodu nebo dynamicky se rozvíjející prostředí online. Zde si na příkladu vybraného retailera ukážeme jaké strategie lze v této oblasti zaujmout a jak lze efektivně s tématem energeticky úsporných spotřebičů pracovat jako s konkurenční výhodou.

U předmětu zkoumání se budeme zabývat tématem ekologické stopy, respektive analyzovat ekologické dopady v průběhu celého životního cyklu, nejen tedy nejdelším časovým úsekem, jímž je logicky užívání produktu, ale dotkneme se také faktických údajů z výroby a logistiky. Větší váhu ale dáme oblasti recyklace, respektive zpětnému odběru, budeme se zabývat trendy a vybranými kolektivními systémy, které tuto problematiku v rámci České republiky řeší.

3 Metody a techniky

Práce vychází z marketingového konceptu řízení firmy, jedná se tedy a moderní procesní přístup ve smyslu strategického směřování s dlouhodobou perspektivou v globálním měřítku. Jde tedy spotřebitelsky orientovanou strategii, která reflektuje dlouhodobě udržitelný vývoj, právě oblast energeticky úsporných spotřebičů jasně ukazuje prolínání obchodní a společensky orientovaných cílů a ukazuje, že v dnešní době pouhé obchodní cíle bez společenského přesahu jsou v širším měřítku evropských či světových trhů nedostačující. Hledáme tedy potvrzení hypotézy, zda-li je dlouhodobá orientace na energeticky úsporné spotřebiče tou správnou strategií, respektive ověření faktu, jestli je to skutečně nosná strategie, které je podřízena nejen obchodní politika, ale zejména vývoj, výzkum a výrobní program, tyto veličiny zcela logicky zásadním způsobem vážou rozsáhlé finanční i lidské zdroje, proto je průběžné ověřování správnosti tohoto nastavení naprosto klíčové a právě o to se pokusíme. Hlavním analytickým nástrojem je tedy srovnání (komparace) a to z věcného, prostorového i časového hlediska. Pro představení koncernu a jeho současného stavu bude použita popisná analýza k včetně evropské koncernové SWOT analýzy.

Pro širší souvislosti lokálních efektů v rámci České republiky bude použita analýza vnějšího makro prostředí PESTEL. Pro lepší pochopení možností objektu zkoumání – daného obchodního zastoupení si detailněji rozebereme jeho SWOT analýzu, abychom měli hlubší znalost pro další zkoumání tržních možností. V rámci vnějšího mikro prostředí se budeme věnovat zejména jeho transakční a konkurenční části, kde si tržní prostředí představíme na modelu konkurenčních sil dle Portera, na BCG matici a na GE modelu. Dotkneme se také vnitřního prostředí, kde použijeme modelu VRIO k identifikaci konkurenční výhody a to na konkrétních příkladech výběru výrobků skrze více produktových skupin. Pro ukázkou vnímání značky ze strany spotřebitelů bude použita analýza známosti značky (brand awareness study) a její profilace (brand funnel). Pro posouzení obchodního úspěchu koncernu, respektive jeho dvou hlavních značek Bosch a Siemens budou použita data z primárního výzkumu, která analyzují tržní podíly v jednotlivých segmentech a to vždy ve zvoleném časovém období, pro zvolené produktové skupiny a to v rámci vybraného trhu, jímž byla zvolena, pro účely práce a pro maximalizaci osobního přínosu práce, právě Česká republika.

4 Osnova (struktura) práce

- 1 **Úvod** – aktuálnost tématu, základní informace nutné k uchopení tématu, základní prostorové, věcné a časové souvislosti
- 2 **Teoreticko – metodologická část**
 - 2.1 Současné trendy v oblasti energeticky úsporných spotřebičů, popis tržního prostředí a subjektů, které se na trhu pohybují, vysvětlení jejich interakce a provázaností, jejich participace na životním cyklu výrobku, respektive jejich podílu na ekologické stopě výrobku
 - 2.2 Konkrétní rozložení a situace na vybraném trhu, postavení hlavních hráčů, provázanosti a specifika vazeb, které budou ovlivňovat úspěšnost předmětu zkoumání, respektive funkčnost či nefunkčnost zvolené strategie, která má být ověřena hlavní hypotézou
 - 2.3 Představení metod a postupů pro zkoumání hlavních kritérií práce
- 3 **Analyticko – praktická část**
 - 3.1 Detailní představení hlavního subjektu zkoumání na jehož příkladu budeme ověřovat hlavní hypotézu
 - 3.2 Pozorování a komparace vybraných kritérií, které budou nosné pro ověření hlavní hypotézy
 - 3.3 Ověření hlavní hypotézy dosazením do časového a věcného kontextu, recenze použitelných vedlejších účinků zkoumání použitelných pro další rozvoj
- 4 **Závěr**

Celkové shrnutí zkoumání a jeho výsledků, potvrzení, korekce či vyvrácení původní hypotézy, doporučení pro další směřování firmy

5 Časový harmonogram práce/individuální téma

Odevzdání projektu DP dle určeného termínu 1.12.2011

Odevzdání pracovní verze DP 1.4.2012

Uzavření studia do 10.6. 2012

Obhajoba DP 30.6.2012

Rozhodl jsem se navrhnout individuálně zvolené téma diplomové práce, vede mě k tomu zejména moje profesní příslušnost k tomuto tématu, neboť se v oblasti domácích spotřebičů pohybuji již sedmým rokem a v rámci této praxe pozoruji trend energeticky úsporných spotřebičů z pozice ředitele marketingu pro Českou a Slovenskou republiku v celé časové ose se všemi změnami a převraty. Tímto zvoleným tématem mohu dát práci mnohem vyšší osobní přínos, než u školou poskytnutých témat, což by mělo být stěžejním cílem jakékoliv odborné diplomové práce.

Za vedoucího své diplomové práce jsem si zvolil svého kolegu, který je zodpovědný za vedení organizační složky naší firmy na Slovensku. Jedná se o osobu, která má kromě akademického vzdělání také o 15 delší profesní praxi, jedná se tedy o člověka, který má můj plný respekt a bude pro vedení mé práce tím správným odborným mentorem a vedoucím. Doklad jeho nejvyšší dosaženém vzdělání a odborný životopis připojuji k projektu diplomové práce. Notářsky ověřenou kopii dosaženého vzdělání dodám po schválení práce. Předem děkuji za schválení individuálního tématu i vedoucího práce.

6 Seznam literatury

Primární zdroje

Konzern – Geschäftsbericht 2009-2010

GfK – market share report MDA CZ 2008-2011

GfK – market share MDA CZ – energy efficiency 2010 - 2011

Brand Awareness study/Brand funnel CZ 2010 - 2011

Monografie

M. Synek a kol., Praha: C.H. Beck 2002, 3, přepracované a doplněné vydání :

Ekonomika podniku

J. Veber a kol., Praha: Management Press, 2005:

Management, základ, prosperita, globalizace

F.Valenta, Praha: Velryba 2001

Inovace v manažerské praxi

M. Hammer, J. Champy, Praha: Management Press 200

Reengineering – radikální proměna firmy

F.P. Drucker, Praha: Management Press 200

Výzvy managementu pro 21. století

Interní materiály

BSH sustainability report 2010 – ucelený koncernový materiál, který popisuje změny v oblasti orientace na ekologickou výrobu a na globální portfolio energeticky úsporných spotřebičů

Materiály společnosti SEVEN – interní agenturní data, která se přímo věnují edukativním projektům podporovaným vládou ČR, Ministerstvem pro životní prostředí České republiky a státním fondem pro životní prostředí

Materiály kolektivního systému *ELEKTROWIN* – interní data kolektivního systému, který se zabývá zpětným odběrem a ekologickou recyklací a likvidací domácích spotřebičů

Materiály společnosti *CECED CZ*, což je sdružení výrobců domácích spotřebičů v České republice, navazuje na *CECED EU*, kde se jedná o sdružení výrobců na evropské úrovni, na této platformě se připravují mimo jiné i legislativní změny v rámci EU

Interní materiály společnosti *DATART*, která je jedním z předních online a offline retailerů, kteří se dlouhodobě zaměřují na prodej energeticky úsporných spotřebičů

Energy Excellence – interní materiály pro řízení plánů jednotlivých obchodních zastoupení, materiál zahrnuje i širší ekologické postoje firmy vůči kompletnímu spektru stakeholders včetně chování zaměstnanců

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Odborné knihy a časopisy

Internetové zdroje

Intranet koncernu BSH – neveřejný zdroj

www.datart.cz

www.elektrowin.cz

www.zelenausporam.cz/partnerstvi

www.uspornespotrebice.cz

www.newenergylabel.com