

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra řízení**



**Teze diplomové práce**

**Strategie rozvoje podniku**

**Dmytro Soshkin**

© 2015 ČZU v Praze

## **SOUHRN**

Tato diplomová práce je zaměřena na analýzu strategie Air banky, která vstoupila na český bankovní trh relativně nedávno a během tři let dokázala vytvořit rozsáhlou klientelu a dostat se do zisku. Air banka je nízkonákladovou bankou, která je zaměřena hlavně na internetové bankovníctví a ovládání účtu on-line. Nabízí jednoduché produkty bez skrytých poplatků, postupně počet produktů stoupá, stejně tak stoupá počet poboček i bankomatů. Přesto, že Air banka je, dá se říct, internetovou bankou, aktivně buduje síť poboček pro zákazníky, kteří jsou zvyklé na obsluhu přímo na pobočce. Air banka vstoupila na trh s novým neotřelým přístupem, který se týká nejen produktu, ale také celkové strategie komunikace s klienty, uspořádání pracovního prostředí. Hodnoty banky byly postaveny na odlišnosti Air banky od tradičních bank. Tato práce se zabývá analýzou a vyhodnocením strategie Air banky, na jejichž základě bude navržen další postup pro rozvoj banky.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Air banka, strategie, analýza PESTLE, analýza konkurence, SWOT analýza, nízkonákladová banka, pobočky, bankomaty, strategická analýza

## **CÍL PRÁCE**

Cílem této práce je provedení strategické analýzy Air banky, která vstoupila na český bankovní trh relativně nedávno. Na základě provedené analýzy bude vyhodnocena úspěšnost bankou zvolené strategie a budou navrženy možnosti rozvoje banky do budoucna.

## **METODIKA PRÁCE**

Diplomová práce je členěna na část teoretickou a praktickou. V první části jsou definovány pojmy a popsány teoretické a metodologické aspekty zvažované při koncipování strategie podniku na současné úrovni vědeckého poznání. Obsahem následujících kapitol v rámci praktické části jsou dílčí analýzy, které jako celek tvoří základ pro strategická

rozhodnutí banky. Souhrn vnějších faktorů, které působí na banku, je zkoumán pomocí analýzy PESTLE. Vyhodnocení vnitřních faktorů je provedeno pomocí analýzy konkurenční síly. Dále je uvedena celková charakteristika bankovního trhu v České republice a provedena SWOT analýza. Na základě analýz a informací z veřejně dostupných zdrojů je následovně vyhodnocena úspěšnost zvolené Air bankou strategie. Podle výsledku celkové analýzy jsou navrženy možnosti pro rozvoj banky do budoucna.

## **VÝSLEDKY**

Air banka poskytuje v České republice své služby od roku 2011. Pro analýzu byla hodně zajímavá tím, že během tří let své existence dokázala přetáhnout tisíce klientů od velkých bank, provést velmi úspěšnou reklamní kampaň, pomocí které se dostala do povědomí široké veřejnosti. Kromě toho, během tak krátké doby na trhu, dokázala se dostat do zisku. Je nutné konstatovat, že ani jedné bance se stejným modelem fungování se nepodařilo tak rychle docílit zisku.

Úspěšnost své strategie zakládá Air banka na neotřelém dynamickém přístupu, přehlednosti a jednoduchosti produktového portfolia, dobrém a neformálním vztahu s klienty. Air banka, přes to, že nebyla první nízkonákladovou bankou, strhla na sebe velkou pozornost veřejnosti a zaujala pevné postavení na bankovním trhu. Air banka přišla na trh retailových bank jako poslední a dokázala za velmi krátkou dobu přetáhnout k sobě tisíce klientů z velkých a středních bank. Na základě aktivního tempa růstu Air banky lze předpokládat, že brzy se dostane z kategorie malých bank do kategorie středních bank.

Na základě provedené analýzy lze jenom potvrdit, že zvolena strategie je opravdu úspěšná, což by mohlo fungovat i do budoucna, pokud se samozřejmě přístup banky nezhorší. Je zde nutné pečlivě hlídat zvolenou strategii a podporovat základní myšlenky, které byly původně klíčovými při vstupu na trh. Pro růst a zvýšení podílu je nutné nejen hlídat stanovené hodnoty, ale také přicházet s inovacemi a změnami, které budou vítány klientem, které mu zjednoduší systém poskytování bankovních služeb, které budou jasné a výhodné.

Aby Air banka mohla držet svou pozici na trhu a pokračovat v rozšíření klientské základny, měla by se vyvarovat tomu, že postupem času začne nabízet nějakým způsobem

komplikované produkty, například něčím podmíněné. Tuto tendenci lze sledovat u spořicího úvěru, úroková sazba je tam podmíněna vloženou částkou, která nesmí překročit určitý maximum a také datem příchodu klientů. Taková omezení ve větší míře můžou skončit zařazením Air banky na stejnou pozici s obyčejnou bankou, zaměstnanci mohou ztratit důvěru a ideu společnosti, které věří.

Kromě rozšíření nabídky služeb chce Air banka zvýšit počet poboček a bankomatů, což je účelné vzhledem k zatím ještě nedostatečnému pokrytí republiky, mělo by to nalákat další klienty, pro které bude banka více přístupná.

Dalším zajímavým strategickým cílem Air banky je expanze na zahraniční trhy.

## VÝBRANÉ ZDROJE

DEDOUCHOVÁ, Marcela. *Strategie podniku*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2001, XIV, 256 s. C. H. Beck pro praxi. ISBN 8071796034.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav a Oldřich VYKYPĚL. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, XIV, 206 s. C. H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-453-8.

KOVÁŘ, František. *Strategický management*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2008. ISBN 9788086730332.

LHOTSKÝ, Jan. *Strategický management: jak zajistit budoucí úspěch podniku*. [Česko: J. Lhotský], 2010, 144 s. ISBN 978-80-254-8182-0.

PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie: metody pro analýzu odvětví a konkurentů*. Praha: Victoria Publishing, 1994, XV, 403 s. ISBN 80-85605-11-2.

SEDLÁČKOVÁ, Helena. *Strategická analýza*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, XI, 121 s. ISBN 80-7179-367-1.

AIR BANK. *Výroční zprávy* [on-line]. 2012-2015, [cit. 2015-01-5]. dostupné z WWW: <https://www.airbank.cz/cs/vse-o-air-bank/dokumenty/povinne-informace/>