

# Business model v kontextu prostředí

Makroekonomické síly  
Sektorové síly  
Tržní síly



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.  
Business modely

Představení jednotlivých faktorů ovlivňující podobu, změnu a inovaci business modelu:

- Makroekonomické síly
  - Trendy (prognózy)
  - Sektorové síly
  - Tržní síly
-

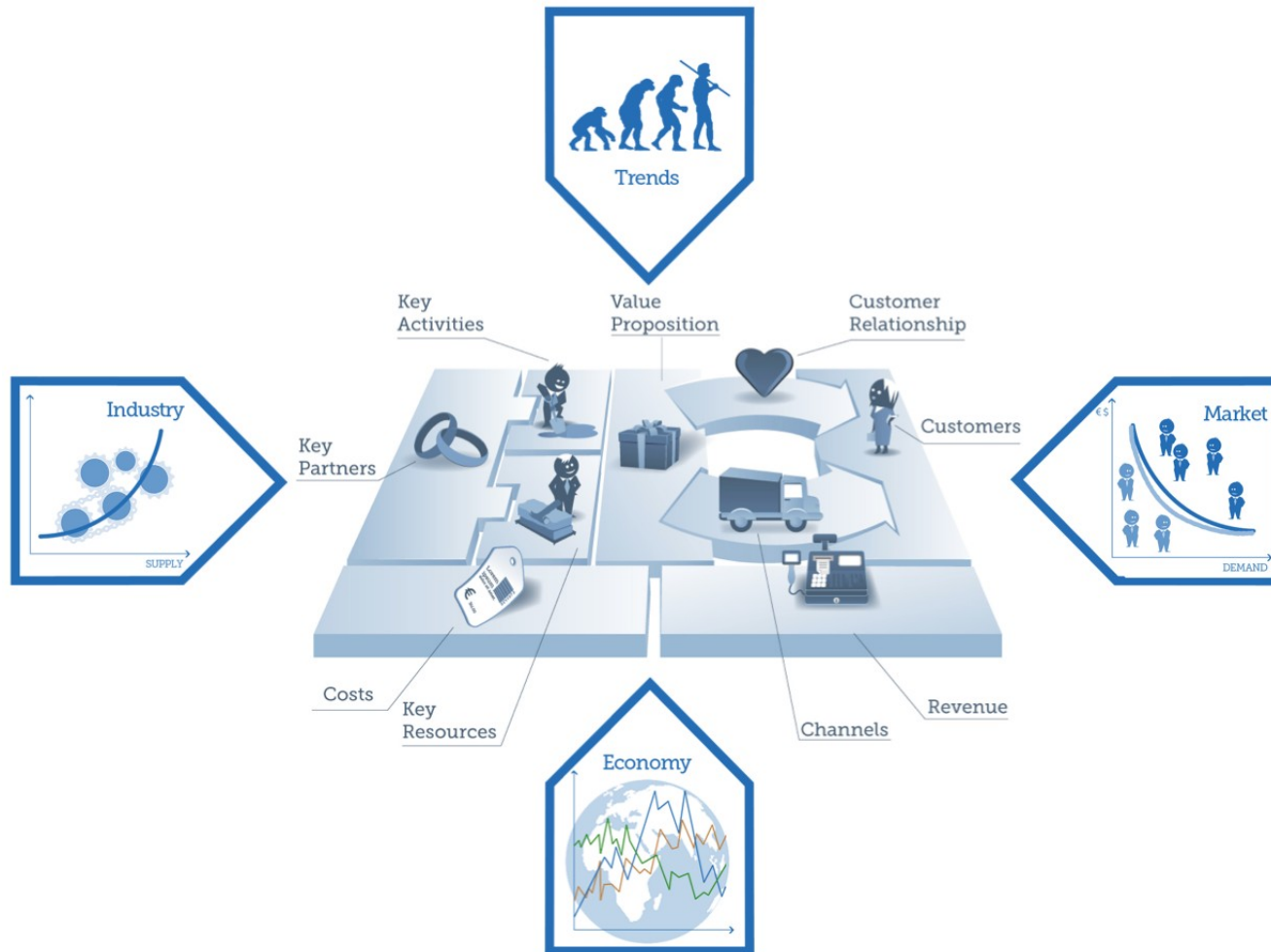
# Cílem přednášky je...

---

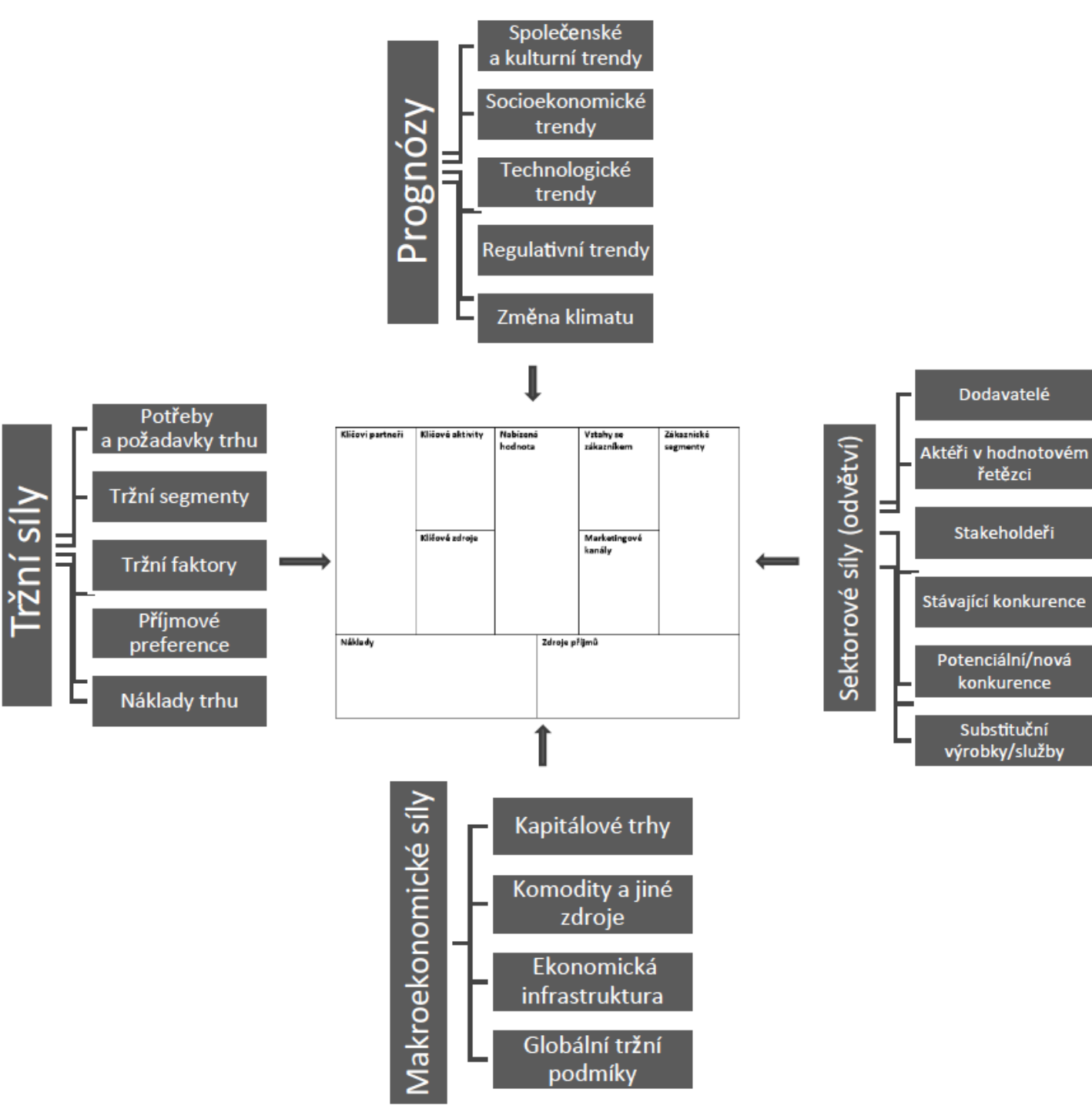


- Získat znalosti pro pochopení provázanosti okolního prostředí, makroekonomických sil, trendů a tržních sil, které mají vliv na tvorbu či inovaci business modelu konkrétní firmy.
  - Vymezit vztah business modelu a kontextu prostředí se zaměřením na pochopení vlivu externích tržních sil a souvislostí s inovativností a průběžnou evaluací elementů business modelů.
  - Pochopit propojení vlivu externího prostředí na konkrétní business model, jeho možnosti změn a inovací s cílem vytvořit velmi silný nástroj pro flexibilitu a adaptabilitu v podnikatelském prostředí.
-

# (NE)izolovanost podnikatelské entity



- Žádná entita nemůže fungovat izolovaně (prozatím), vždy vznikají vazby mezi řadou stakeholderů, a proto je nutné zasadit business model do kontextu okolního prostředí.
- Gassmann a kol. (2014) uvádí, že mezinárodní korporace investují méně než 10 % svých investičních prostředků na inovace v oblasti rozvoje business modelů. MSP utrácejí ještě méně a většina z nich zanedbává inovaci business modelu!!!



- Které vlivy jsou v současnosti významné?
- Uveďte příklady...

# Makroekonomické vlivy



Existuje podpora ekonomické infrastruktury pro klíčové aktivity?

Jak je nastavena úroveň ekonomické infrastruktury?  
Jsou vyvinuté dodavatelské řetězce?

Jak výše nezaměstnanosti a úroveň vzdělanosti ovlivní kvalifikované pracovní síly?  
Jak rostoucí inflace ovlivní kapitálové prostředky?

Klíčoví partneři	Klíčové aktivity	Nabízená hodnota	Vztahy se zákazníkem	Zákaznické segmenty
	Klíčové zdroje		Marketingové kanály	
Náklady		Zdroje příjmů		

Makro-faktory mohou být:

- **Pozitivní**
- **Neutrální** (má potenciál vyvolat jak pozitivní i negativní, např. obchodní embargo...)
- **Negativní**

Jak vyšší ceny komodit, vyšší poplatky v mezinárodním obchodu ovlivní mé náklady?

# Hlavní trendy



Musí mé činnosti být  
v souladu s nějakým  
mezinárodním/národním/  
lokálním nařízením?

Jak zákazníci reagují na změny  
v kulturních a společenských  
trendech? Vytvářejí nové  
segmenty?

Které technologické  
inovace a trendy ovlivní  
mé podnikání? Jak  
budou nákladné? Mohu  
je integrovat do svého  
business modelu?

Klíčoví partneři	Klíčové aktivity	Nabízená hodnota	Vztahy se zákazníkem	Zákaznické segmenty
	Klíčové zdroje		Marketingové kanály	
Náklady		Zdroje příjmů		

Je daný segment  
ochoten  
využívat online  
platby?

Jak ovlivní demografické  
faktory mé náklady? Jaký vliv  
má stárnutí populace?

- Trendy jsou zdrojem prognóz.
- Řadíme zde technologické, regulatorní, socioekonomické, společenské a kulturní trendy.

Investuji dostatečně do výzkumu, aby mé produkty ustály konkurenci?

Jak se musí změnit hodnotová nabídka v reakci na nové substituční produkty? Jaká bude konkurenční výhoda produktu?

Jakou sílu mají odběratelé, mohou ovlivňovat ceny?

Můžeme využívat existující dodavatele?  
Existuje více dodavatelů, se kterými mohu spolupracovat?

Existují sítě/partnerství v rámci odvětví, které mohou snížovat náklady?

Klíčovní partneři	Klíčové aktivity	Nabízená hodnota	Vztahy se zákazníkem	Zákaznické segmenty
	Klíčové zdroje		Marketingové kanály	
Náklady		Zdroje příjmů		

Ovlivní nás významně fixní náklady vstupu do odvětví? Jak mohu dosáhnout úspor z rozsahu?

Která část odvětví má ziskový potenciál?

- Sektorové síly značí pnutí v rámci určitého odvětví.
- Orientace je zde na kupující, konkurenty, příchozí firmy, substituční výrobky nebo služby, dodavatele a jiné zainteresované strany v hodnotovém řetězci.
- Vychází se z „červeného oceánu“, kde probíhají tvrdé tržní boje.
- Možností je také si vytvořit svůj vlastní „modrý oceán“ s vlastním trhem.
- Porterova analýza konkurenčních sil je vhodný nástroj.



Jak vnímá zákazník mou nabízenou hodnotu (produkt)? Je ochoten za ni zaplatit?

Jaké komunikační nástroje jsou vhodné pro konkrétní segmenty?

Jaký segment zákazníků má potenciál růstu? Jaký je celkový objem trhu?

Mohu spolupracovat např. s marketingovými společnostmi? Mohu se podílet na výzkumech trhu?

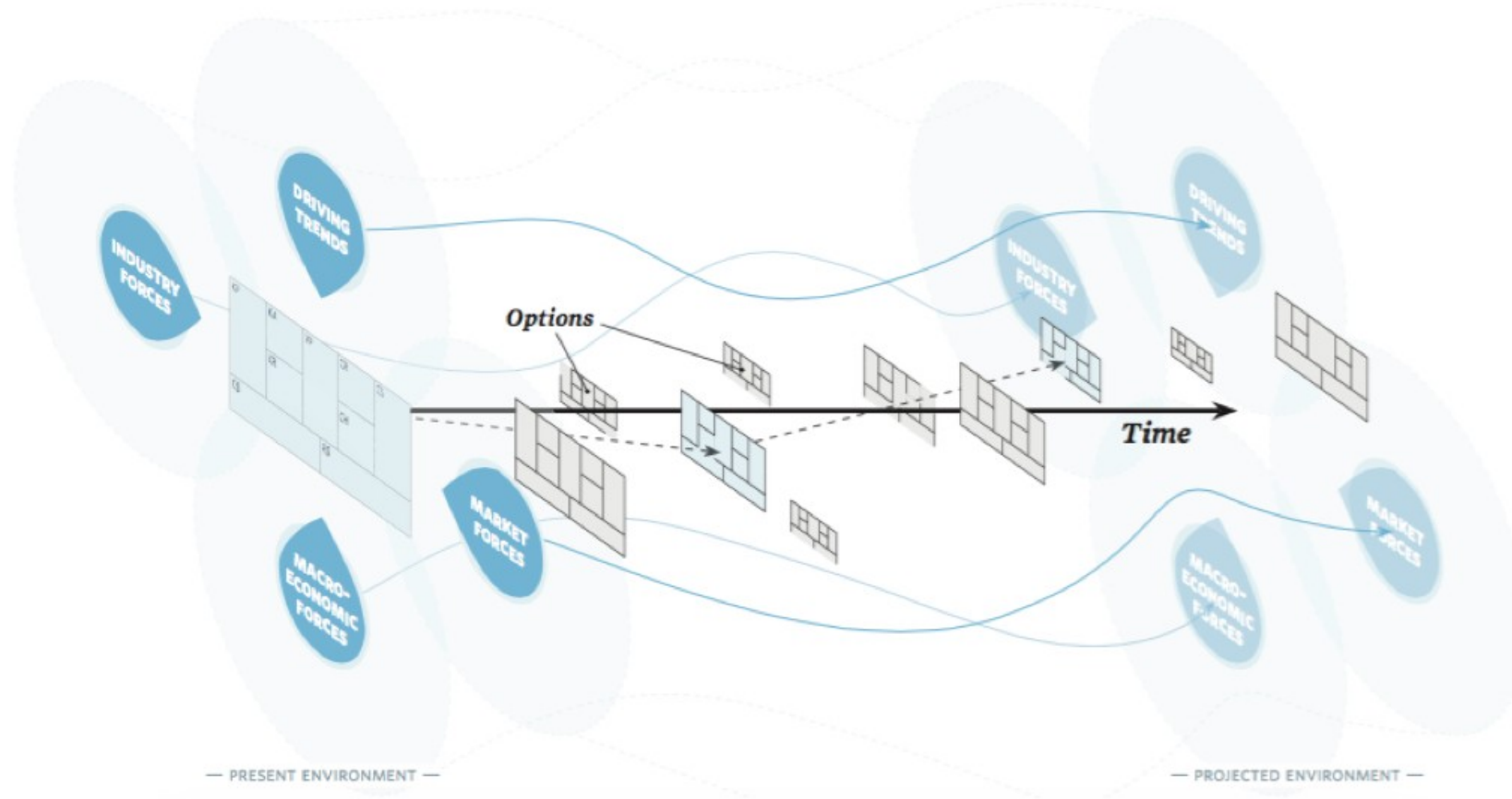
Mohu sdílet informace s konkurenčními podniky?

Klíčiví partneři	Klíčivé aktivity	Nabízená hodnota	Vztahy se zákazníkem	Zákaznické segmenty
	Klíčivé zdroje		Marketingové kanály	
Náklady		Zdroje příjmů		

Který příjmový model je vhodný pro konkrétní segment?

Jak vysoké jsou náklady na přechod zákazníka od konkurence k nám?

- Tržní síly spadají do analýzy trhu, která určuje tržní faktory a segmenty, požadavky a potřeby trhu, případně náklady na přechod zákazníků ke konkurenci.
- Také určují příjmovou atraktivitu a potenciál příjmů s cenotvorbou.
- Zásadní je dynamika trhu, celkový objem trhu a potencionální hodnota včetně segmentů zákazníků a jejich vzorců nákupního chování.



- Business model je nutné pravidelně dle měnících se podmínek inovovat – a to buďto přizpůsobením (adaptabilitou) nebo vytvořit své vlastní podmínky pro trh a zohlednit trendy, makroekonomické síly, sektorové síly a tržní síly.
- Znalosti k inovaci business modelu mohou přispět k nové logice příjmového modelu a objevit nové segmenty či svůj vlastní „blue ocean“ nebo využít svého postavení v „red ocean“.



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Děkuji za pozornost**