



# Téma 6: **Malé a stredné podnikanie**

---

*Ing. Martin Mičiak, PhD. a Ing. Dominika Toman, PhD.*

*Študijné materiály boli vypracované v rámci projektu KEGA: 025ŽU-4/2022 Tvorba interaktívneho programu so zameraním na športový manažment na báze IKT a WEB technológií.*



Teoretické  
východiská

## *6. Marketing v MSP a hodnotová inovácia*

---

# Teoretické východiská

---

*Pojem marketing možno chápať  
ako filozofiu podnikateľskej činnosti.*

*Marketing = súhrn činností, ktoré vedú k tomu, aby sa **správny** výrobok dostal  
ku **správnemu** spotrebiteľovi v **správnom** čase na **správne** miesto  
v **správnej** kvalite a za **správnu** cenu.*

*(American Marketing Association)*

*potreba*

*požiadavka*

*dopyt*

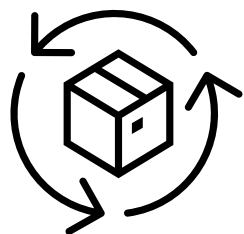
*ponuka*

*trh*

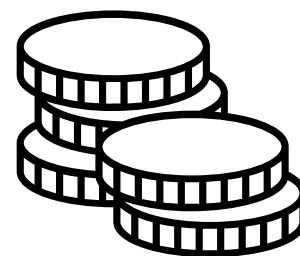
*výmena*

# Marketingový mix

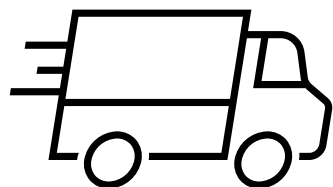
---



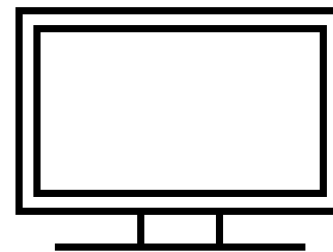
*Produkt*



*Cena*



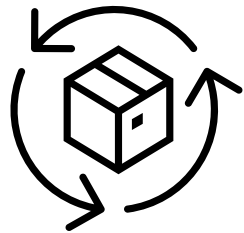
*Distribúcia*



*Propagácia*

# Marketingový mix

---



*Produkt*

*Distribúcia*

+ životný cyklus produktu

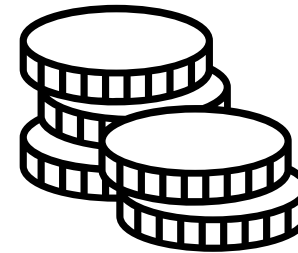


# Marketingový mix

---

Vnútorne faktory vplývajúce na rozhodovanie o cenách:

- ciele podniku
- organizácia cenovej politiky
- marketingový mix
- diferenciácia výrobkov
- náklady



*Cena*

Metódy tvorby ceny:

- nákladový prístup k tvorbe ceny
- cena určená na základe konkurencie
- cena určená na základe dopytu

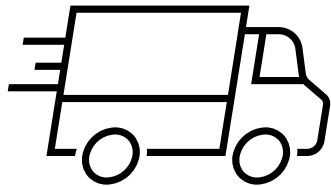
*Distribúcia*

*Propagácia*

# Marketingový mix

---

*Produkt*



*Distribúcia*

- **Priamy** marketingový kanál predstavuje distribúciu od výrobcu ku konečnému spotrebiteľovi, bez sprostredkovateľov
- **Jednoúrovňový** + sprostredkovateľ – maloobchodník
- **Dvojúrovňový** + 2x sprostredkovateľ – veľkoobchodník a maloobchodník
- **Trojúrovňový** + veľkoobchod a maloobchod vo viacerých úrovniach (štát, mesto, združenie, maloobchodník)

# Marketingový mix

---

- propagácia sa vzťahuje ku všetkým snahám o **marketingovú komunikáciu**

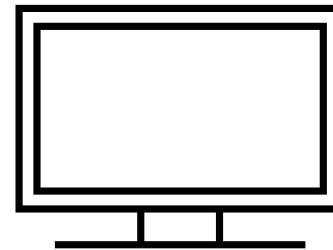
Zdroj konkurenčnej výhody je potrebné hľadať v oblasti **priamej hodnoty**.

*Produkt*

*Cena*

- kľúčovým nástrojom komplexnej marketingovej činnosti podniku je **komunikácia**:
  - komunikácia medzi podnikom a zákazníkom
  - vnútropodniková komunikácia
  - komunikácia v rámci osobného predaja
- Nástroje komunikačného mixu:
  - reklama
  - podpora predaja
  - vzťahy s verejnosťou
  - osobný predaj

*Distribúcia*

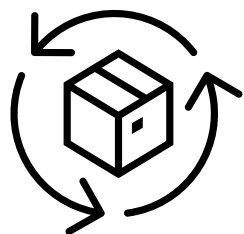


*Propagácia*

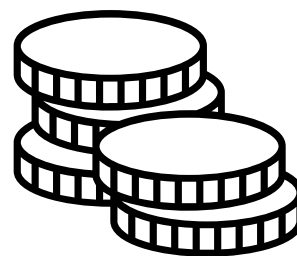


# Marketingový mix

---

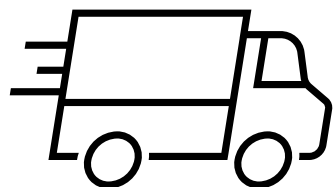


*Produkt*

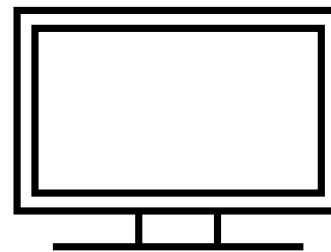


*Cena*

**PRISPÔSOBIVOSŤ**

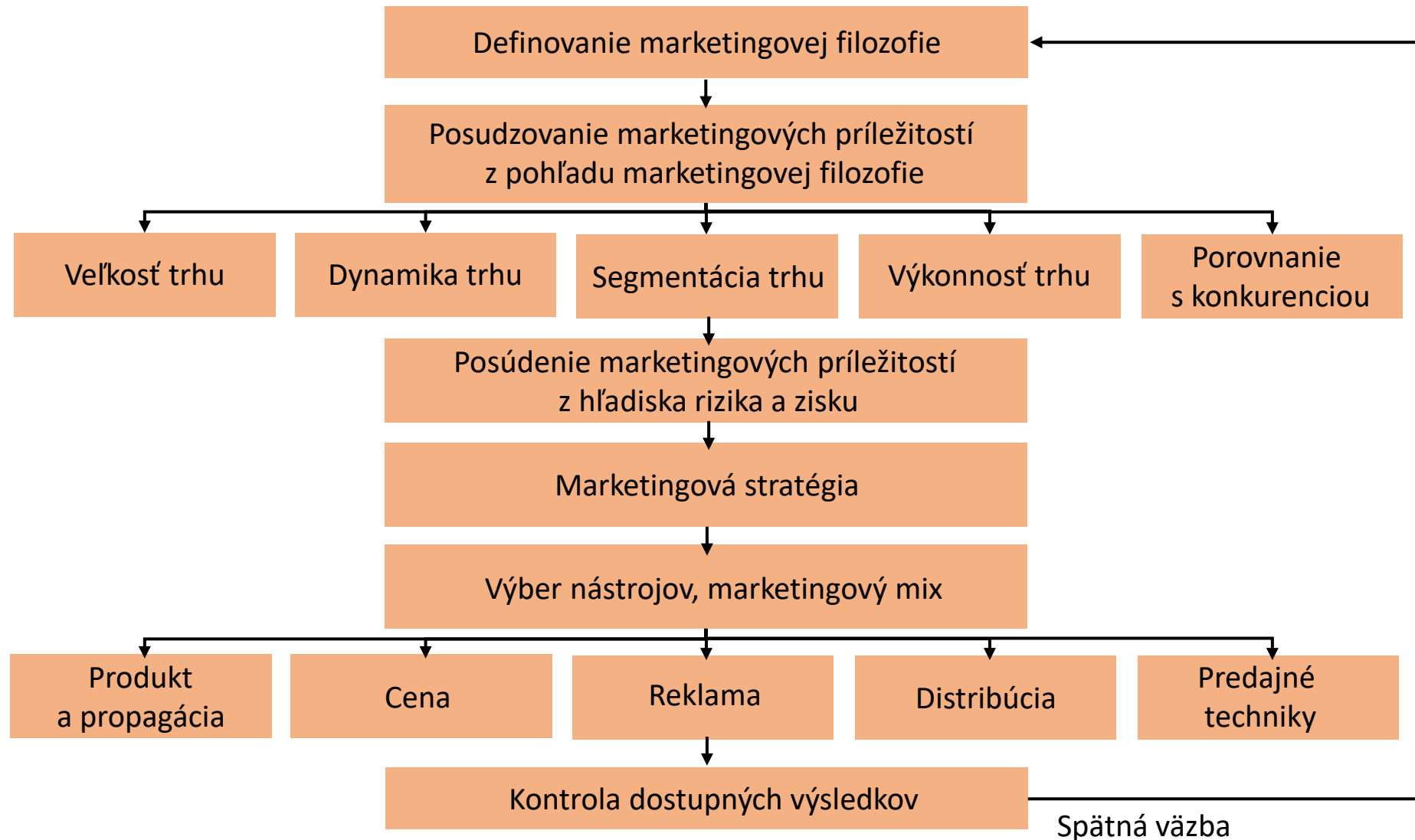


*Distribúcia*



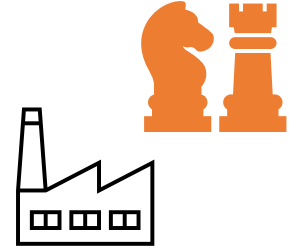
*Propagácia*

# Základné marketingové činnosti podniku



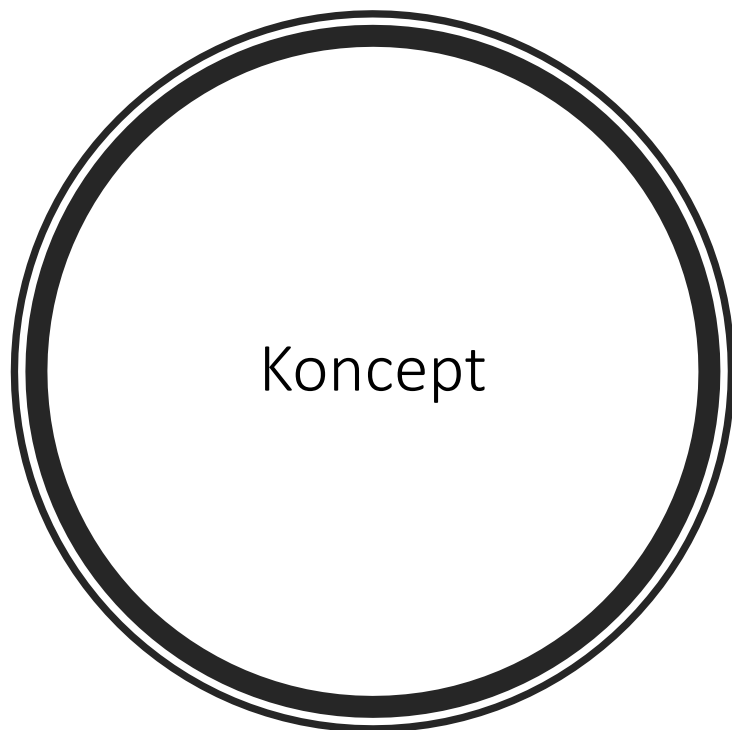
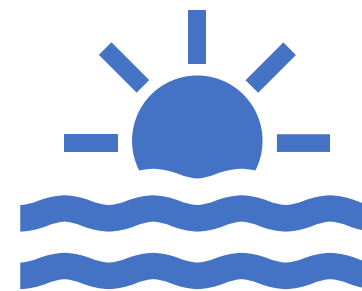
# Marketingové stratégie pre MSP

---



1. Vytvorenie marketingového plánu
2. Zameranie sa na sociálne médiá, e-mail a video
3. Vzájomná propagácia a využitie komunity
4. Vylepšenie webovej lokality (responsívnosť, rýchlosť a bohatý, hodnotný obsah  
– absolútny základ je prehľadnosť)
5. Opätovné využitie kvalitného obsahu





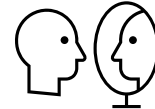
*Stratégia modrého oceánu –  
hodnotová krivka, hodnotová  
inovácia*

---



# Stratégia modrého oceánu

---

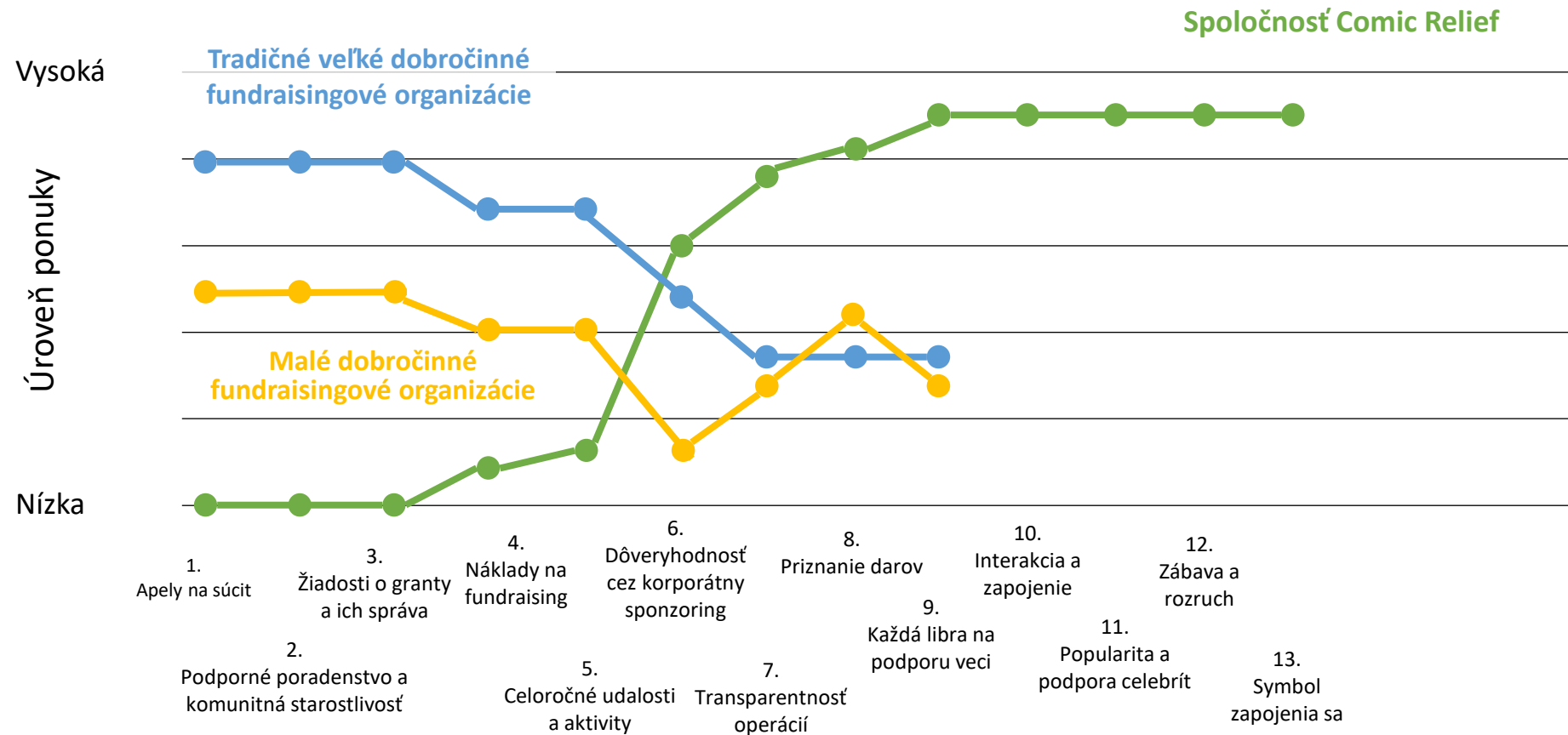
- v centre stratégie nie je konkurencia, ale *zákazník a hodnotová inovácia*
- prepojenie **systematickej analýzy, systematickej kreativity + dobrovoľná spolupráca, dôvera, záväzok a odhodlanie**
- ochota pretavovať stratégiu do každodennej praxe
- **rekonštrukcionalistický** pohľad namiesto **štrukturalistického** 
  - hranice odvetvia nie sú pevne dané – je možné ich posúvať (zmeniť, predefinovať) hráčmi v odvetví

# Hodnotová krivka (Stratégia modrého oceánu)



*Urob niečo zábavné pre dobrú vec*

## Stratégia spoločnosti *Comic Relief*

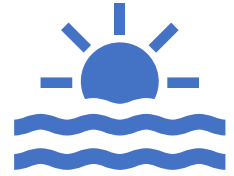




# Hodnotová inovácia

---

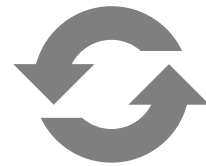
- nejde o technickú inováciu => nemusí byť spojená s najmodernejšou technológiou dostupnou na trhu
- predstavuje „skok“ v hodnote pre zákazníka => je to niečo, čo podnik odlíši
- hľadanie odlíšenia sa ale za nízku (prijateľnú) cenu pre zákazníka
- hodnota pre zákazníka je vytváraná prostredníctvom zamerania sa na prvky, ktoré dané odvetvie nikdy predtým neponúkalo



# Hodnotová inovácia

---

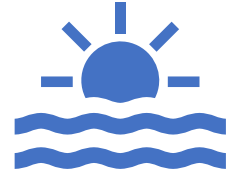
- úspory z rozsahu podporené vysokým dopytom na základe výnimočnej hodnoty potom umožňujú znižovať náklady
- systematický pohľad (prístup)
  - *Hodnota pre zákazníka = užitočnosť – cena*
  - *Zisk pre podnik = cena – náklady*
- dosiahnutie udržateľného fungovania modrého oceánu





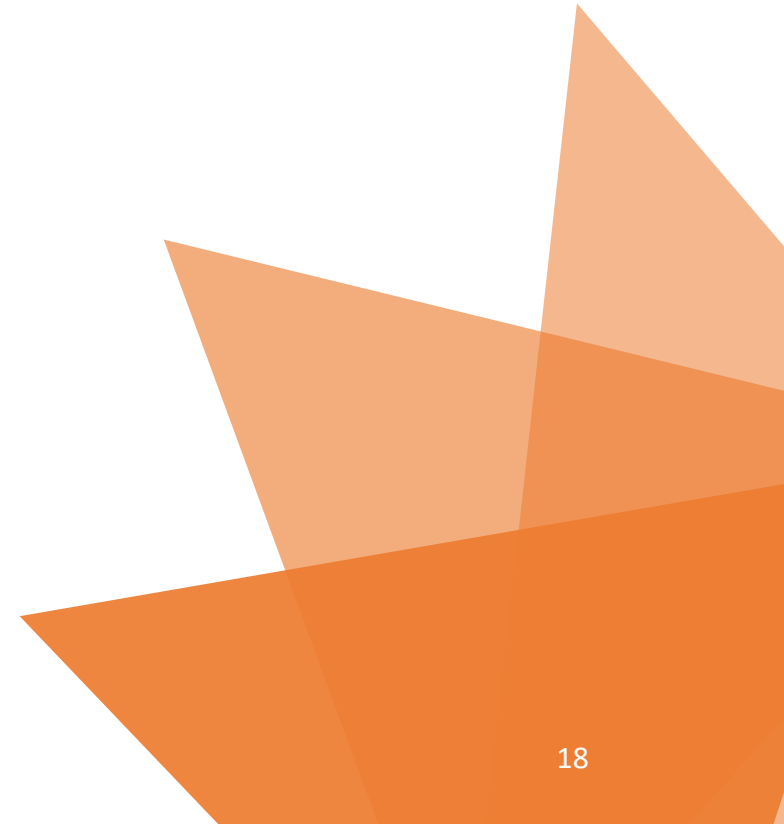
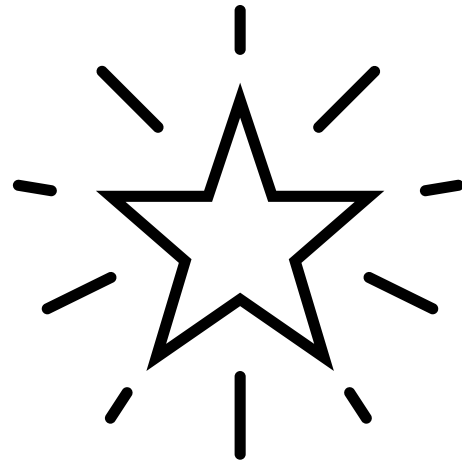
# Červené a modré oceány

---



Stratégia v červenom oceáne	Stratégia v modrom oceáne
Konkurovať v existujúcom trhovom priestore	Vytvoriť si trhovú priestor bez rivalov
Poraziť konkurenciu	Spraviť konkurentov nerelevantnými
Využiť existujúci dopyt	Vyvolať a zachytiť nový dopyt
Robiť kompromis medzi hodnotou a nákladmi	Vymaniť sa z kompromisu medzi hodnotou a nákladmi
Zosúladiť celkový systém podnikových aktivít so stratégiou odlišenia sa alebo nízkych nákladov	Zosúladiť celkový systém podnikových aktivít pri snahe dosiahnuť zároveň odlišenie sa aj nízke náklady





# Diamanty slovenského biznisu

---



## *Podmienky zaradenia do rebríčka*

1

**Najmenej tri posledné roky nepretržitej činnosti**

2

**Ročné tržby v intervale 5 – 50 miliónov EUR v ostatných 3 rokoch**

3

**Ziskové hospodárenie minimálne za ostatné 3 roky**

4

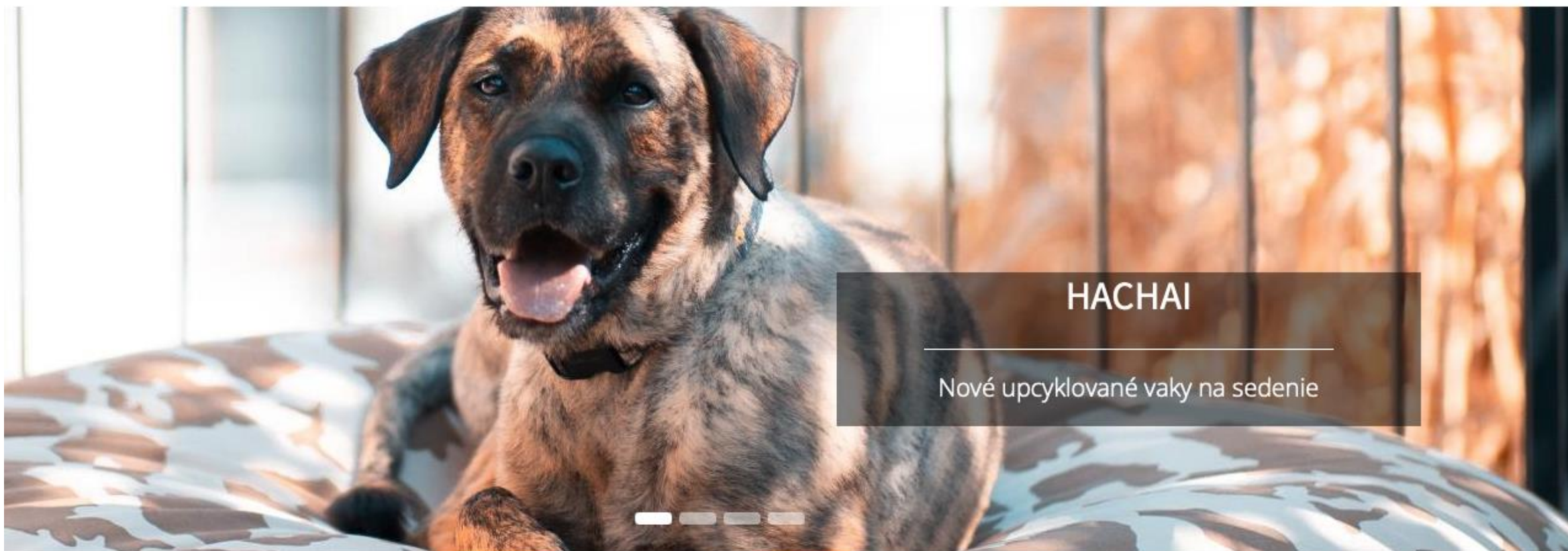
**Spoločnosť bez zahraničnej majetkovej účasti (t.j. dcéry zahraničných spoločností)**

# Diamanty slovenského biznisu

---



- 1. PIXEL FEDERATION**
- 1. PHARMAGAL-BIO**
- 1. Hyperia**
- 1. Slovakia Trend Export-Import**
  
- 2. Compass Europe**
- 2. EKOM**
- 2. TEMPO KONDELA**
- 2. VEDOS**
  
- 3. XIMEA**
- 3. Aquatec VFL**
- 3. Gevorkyan**
- 3. HORTI**



## HACHAI

Nové upcyklované vaky na sedenie



## ENVIRONMENTÁLNY ROZMER

Recyklujeme odpadové materiály rôznych výrobných firiem na území Slovenska, najmä z automobilového a nábytkárskeho priemyslu. Materiál, ktorý tieto firmy vyradili, alebo označili ako odpad z výroby, má stále skvelé vlastnosti a dá sa použiť na ďalšiu výrobu. Bohužiaľ, je bežné, že často končí na skládkach alebo v spaľovniach. My mu však dávame doslova druhú šancu na život a vraciame ho späť do obehu v podobe originálnych a kvalitných produktov. Tento proces sa nazýva upcyclácia.



## SOCIÁLNY ROZMER

Pracujeme v medzi-generačnom tíme, čo znamená, že medzi ľuďmi ktorí sa podieľajú na výrobe produktov WAKIVAKY sú aj dôchodcovia a ľudia zo znevýhodnených skupín. Každému členovi nášho tímu dávame možnosť na sebarealizáciu a tvorbu. A práve to je pridanou hodnotou našich produktov. Možno nie sú dokonalé, no sú šité s láskou. Veľký dôraz kladieme aj na funkčnosť a kvalitu.



+421 911 422 374

INFO@HABESHCOFFEE.SK

PRIHLÁSENIE | REGISTRÁCIA



zadajte hľadany výraz...



€0



O NÁS

PREDAJŇA

KAVIAREŇ

E-SHOP

VERNOSTNÝ PROGRAM

SPOLUPRÁCA

BLOG

FAQ

KONTAKTY



# Tak chutí Etiópia

## ROZVOZ V RÁMCI ŽILINY Zadarmo



**DOPRAVA ZADARMO**  
pri nákupe nad 50 EUR



**KÁVA Z ETIÓPIE**  
100% Etiópia 100% Arabika



**VERNOSTNÝ PROGRAM**  
ušetrite nákupom online



## BEZOBALOVÝ OBCHOD V ŽILINE

Príďte nás navštíviť na ulici J.M. Geromettu 13 v centre Žiliny (oproti trhovisku), v blízkosti Mariánskeho námestia.

[Prezrieť všetky produkty](#)

DROGÉRIA | POTRAVINY | KOZMETIKA

**100% Bezobalový  
obchod**





Ženy

Muži

# freshlabels

Novinky

Oblečenie

Topánky

Batohy a batožina

Doplňky

Darčeky

Udržateľné

Outdoor

Značky

Zľavy

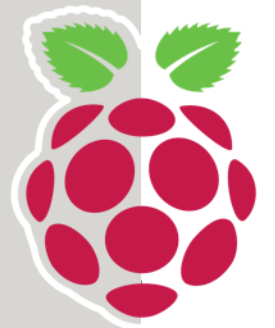


## freshlabels

Darčeky,  
ktoré rozplačú

Objaviť >





SK

CZ

DULCIA MARKET

DULCIA  
NATURALDULCIA NATURAL [NAŠE PRODUKTY](#) [DARČEKY](#) <sup>NOVE</sup> [ČLÁNKY](#) [PORADŇA](#) [KRÁSNE KRÁSNA](#) <sup>LIVE</sup> [VERNOSTNÝ PROGRAM](#)

# omamná tajomno

EAU DE PARFUM



SALE!



Daily hygiene spray 100ml  
6.99€ 1.95€  
[ADD TO CART](#)

SALE!



Foaming soap  
6.99€ 1.95€  
[ADD TO CART](#)

SALE!

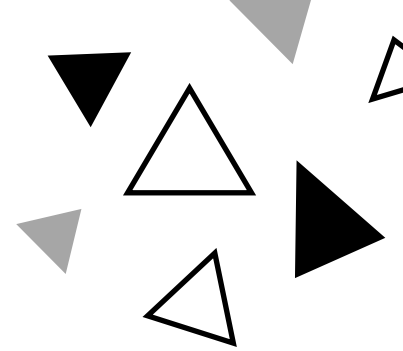


Loofka - natural dish sponge  
4.99€ 3.95€  
[ADD TO CART](#)

SALE!



Mouthwash fresh  
8.49€ 5.95€  
[ADD TO CART](#)



# Zdroje

Vodák J., Magdolenová J. 2012, Manažment malého a stredného podnikania, PEDAS, UNIZA  
Kim Ch. K., Mauborgneová, 2018, Nová strategie modrého oceánu, Management Press

<https://www.adobe.com/sk/creativecloud/business/teams/use-cases/5-DIY-marketing-strategies.html>

<https://www.slovenskediamenty.sk/o-diamantoch/>

<https://www.prervis.sk/toto-je-12-najlepsich-slovenskych-malych-a-strednych-firiem-slovenska-v-rebricku-diamanty-slovenskeho-biznisu-2021/>

<https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/the-state-of-small-business-marketing/>

