

OBSAH

ÚVOD	9
1 STRATEGIE	11
1.1. Strategické řízení	11
1.2. Vyhodnocení konceptů strategického řízení	27
1.3. Výzkum	28
1.3.1. Typologie výzkumu	29
1.3.2. Aplikace metody výzkumu	30
2 ANALÝZA PODNIKU	32
2.1. Organizace VINGAL	32
2.2. Základní strategický rámec	33
2.2.1. Komunikační strategie	34
2.3. Poslání firmy	35
2.3.1. Firemní kultura	35
2.4. Identifikace SBU	35
2.4.1. Současná podoba strategie SBU	36
3 STRATEGICKÉ ANALÝZY	38
3.1. Analýza obecného okolí podniku SLEPT	38
3.1.1. Sociální sektor	38
3.1.2. Legislativa	39
3.1.3. Ekonomický sektor	39
3.1.4. Politický sektor	40
3.1.5. Technologický sektor	40
3.2. Analýza / prognóza vývoje trhu	41
3.3. Analýza faktorů odvětví podle Portera	43
3.4. Analýza rozhodujících zainteresovaných subjektů	47
3.4.1. Segmentace zákazníků	47
3.4.2. Vliv na zákazníka	49
3.4.3. Dodavatelé	49
3.4.4. Analýza konkurence	50
3.4.5. Pozice na trhu	52
3.4.6. Analýza BCG	53
3.4.7. Analýza aktuální organizační a podnikové kultury	56
3.5. Analýza zdrojů	60
3.5.1. Analýza finančních a rozpočtových faktorů	60
3.5.2. Lidské zdroje	63
3.5.3. Know-how	63
3.6. SWOT analýza	64
3.6.1. Výsledky	67

4 BUSINESS STRATEGIE PRO SBU MEDICAL	69
4.1. Product	73
4.2. Price	74
4.3. People	74
4.4. Process	75
4.5. Planning	75
4.6. Place	76
4.7. Promotion	76
4.8. Zdůvodnění strategických závěrů	77
4.8.1. Splnění potřeb zákazníků	77
4.8.2. Diverzifikace	78
5 DOPORUČENÍ PRO IMPLEMENTACI	80
5.1. Obchodní oddělení	80
5.2. Nové možnosti prodeje	80
5.2.1. Koncept franchisingu prodeje	80
5.2.2. E-business	81
5.3. Komunikační mix	81
5.4. Doporučení pro rozšíření činnosti	82
5.4.1. Diabetes mellitus	82
5.4.2. Poradenství pro cílové skupiny	82
5.4.3. Glukometry	83
5.4.4. Speciální náplasti	83
ZÁVĚR	84
Summary	85
Seznam nejpoužívanějších zkratk	86
Seznam použité literatury	87