

Krátce	4
■ TÉMA: KONKURENCE	
Konkurenční síly formující strategii firmy	12
Šest tipů, jak zastínit konkurenci	17
Modely prosperity, <i>Jaroslav A. Jirásek</i>	18
Povrchní srovnávání klame.....	19
■ STRATEGICKÝ MANAGEMENT	
Etičtí kazatelé	20
Strategický nástroj: tři kruhy	23
Architektura podnikání, <i>Josef Basl</i>	24
Achillova pata profesionálních služeb	28
Operační management, <i>Petra Horváthová</i>	
■ EXEKUTIVNÍ MANAGEMENT	
Budování značky	34
Ještě jednou o vyprávění příběhů	37
Slevy ano nebo ne?	40
Business Intelligence: nástroj konkurenceschopnosti	41
Outsourcing je „in“, <i>Jaroslava Rezlerová</i>	42
Zabijáci inovace	44
Nové cesty integrace VoIP, <i>Milan Šereda, Michal Štětina</i>	48
■ SPECIÁL – ERP SYSTÉMY	
Potíže s podnikovým softwarem	50
Manažerské informační systémy –	55
cesta ke správnému rozhodování, <i>Pavel Šlesingr</i>	56
ERP – deset let od sci-fi k realitě, <i>Slavomír Zima</i>	
ERP ve střední Evropě, <i>Marcus Stahl</i>	58
■ MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI	
Týmy vrcholového vedení, <i>Milan Jermář</i>	60
Kompetenční model v podnikové praxi	63
Jak platit zaměstnance?	66
Taktika úspěšného vyjednávání	68
Dobrá rada nad zlato, ale... ..	69
■ KARIÉRA	
Lidem je třeba umožnit seberealizaci	70
Chcete se stát charismatickou osobností?	73
Tajemství konferenční psychologie	74
Cesta ke zdraví při práci v kanceláři	76
„Zůstaňte zdraví a odměníme vás za to“	77
Work-life balance ve firemní praxi	78
Aktuální problém: stabilizace zaměstnanců	80
■ PŘÍLOHA – VOZOVÝ PARK PRO BUSINESS I. - XII.	

strana 12

KONKURENČNÍ SÍLY FORMUJÍCÍ STRATEGII FIRMY

Úkolem stratégů firmy je porozumět konkurenci a najít způsob, jak jí čelit. Často však manažeři definují konkurenci příliš úzce, jako by se odehrávala pouze mezi přímými konkurenty nabízejícími své výrobky nebo služba na trzích. Konkurenční boj ovšem zahrnuje ještě další čtyři konkurenční síly: zákazníky, dodavatele, potenciální nové rivaly a substituční nové produkty.

strana 28

ACHILLOVA PATA PROFESIONÁLNÍCH SLUŽEB

Rychle rostoucí firmy profesionálních služeb (poradenské, auditorské, účetní apod.) jsou dnes natolik zaměstnány vyděláváním peněz, že zapomněly na umění vychovávat talenty. Mladí profesionálové zůstávají jen do té doby, než dostanou výhodnější nabídku odjinud.

strana 66

JAK PLATIT ZAMĚSTNANCE

Zvýšení platu a bonusy jsou dvě formy odměňování používané k posílení motivace zaměstnanců. Která z těchto forem je lepší pro podporu špičkové výkonnosti? Odborníci zjistili, že způsob, jakým jsou zaměstnanci placeni, je důležitější, než celkový výdělek. Jak tedy nejlépe pomocí odměňování motivovat pracovníky?