

Obsah

Předmluva	VII
Seznam obrázků	XIII
Seznam tabulek	XV
1. Úvod do problematiky strategického řízení	1
1.1 Poslání (mise) firmy, firemní principy a elementární hodnoty	3
1.2 Strategie	5
1.3 Strategická obchodní jednotka	8
Shrnutí	11
Otázky	12
2. Business strategie v kontextu strategického řízení firmy	13
2.1 Modely/koncepty uspořádání strategického řízení	13
2.2 Model strategického řízení preferovaný autory této publikace	15
2.2.1 Hierarchie firemních strategií	15
2.2.2 Korporátní strategie	16
2.2.3 Business (obchodní) strategie	20
2.2.4 Horizontální strategie	21
2.2.5 Funkční strategie	22
Shrnutí	32
Otázky	33
3. Business strategie dle BIBS v praxi – jak při její formulaci postupovat?	34
3.1 Krok 1 – Strategická analýza zaměřená na business strategii	34
3.1.1 Pořadí dílčích analýz při formulaci business strategie	36
3.1.2 Časový horizont zpracování externích analýz	37
3.1.3 Relevantnost analýz	38
3.1.4 Analýza nadřazené strategie, identifikace strategie	38
3.1.5 SLEPT analýza pro formulaci business strategie	43
3.1.5.1 Sociální/společenské faktory	50
3.1.5.2 Právní faktory	53

3.1.5.3	Ekonomické faktory	56
3.1.5.4	Politické faktory	61
3.1.5.5	Technologické faktory	62
3.1.6	Metoda MAP zpracování SLEPT analýzy	64
3.1.7	Porterova analýza odvětví zpracovaná pro účely formulace business strategie	68
3.1.8	Analýza konkurence zpracovávaná pro business strategii	76
3.1.8.1	Analýza konkurentů, kteří jsou pro firmu/SBU konkurenty jak na trzích zboží a služeb, tak na trhu práce	78
3.1.8.2	Analýza konkurentů, kteří jsou pro firmu/SBU konkurenty jen na trhu práce	80
3.1.8.3	Porovnání/benchmarking s konkurenty	81
3.1.9	Analýza nejvýznamnějších konkrétních dodavatelů při zpracování business strategie	81
3.1.10	Analýza nejvýznamnějších konkrétních zákazníků při zpracování business strategie	83
3.1.11	Prognóza vývoje trhu	84
3.1.11.1	Prognóza a predikce	84
3.1.11.2	Prognózování vývoje trhu	85
3.1.11.3	Význam poznání rovnováhy trhu pro strategická rozhodování	88
3.1.11.4	Jak lze využít znalosti působení necenových faktorů při analýze a prognózování vývoje trhu	92
3.1.11.5	Závěrem k prognóze/analýze vývoje trhu	95
3.1.12	Analýza očekávání důležitých stakeholders, zpracovaná pro business strategii	96
3.1.13	Interní analýza pro business strategii	100
3.1.13.1	Interní analýza firemních faktorů zpracovávaná pro business strategii	104
3.1.13.2	Interní analýza ve struktuře „7P“	111
3.1.13.3	Analýza hodnototvorných řetězců – Value Chain analýza	113
3.1.13.4	Analýza vnitřního prostředí firmy metodou „7S analýza“	115
3.1.13.5	Analýza vztahu strategie, organizace a firemní kultury	117
3.1.14	Portfolio analýzy uplatnitelné při řešení business strategie	118
3.1.14.1	BCG matice	118
3.1.14.2	Matice atraktivity oboru a pozice podniku	121
3.1.14.3	Matice přežití	125
3.1.15	SWOT analýza	125
3.1.16	Výzkum při analýze zaměřené na business strategii	130

3.1.17	Vzorová struktura strategické analýzy zaměřené na business strategii	133
3.2	Krok 2 – Návrh nové nebo redefinice stávající business strategie	134
3.2.1	Struktura a formulace návrhu business strategie	134
3.2.2	Posouzení kvality a zdůvodnění návrhu business strategie	138
3.3	Krok 3 – Předpoklady pro strategické řízení.	139
3.4	Krok 4 – Implementace business strategie a kontrola jejího plnění	141
	Shrnutí	142
	Otázky	144
4.	Komentovaný příklad formulace business strategie	145
	Závěr	147
	Slovníček pojmů	149
	Literatura	155
	Rejstřík	157