

Obsah

1. Definice strategických pojmů, Podstata Strategie.....	1
1.1. Úvod.....	1
1.2. Strategické myšlení.....	1
1.3. Poslání firmy.....	2
1.4. Strategické cíle podniku.....	2
1.5. Strategická mezera.....	2
1.6. Definice strategie, podstata strategie, hierarchie firemních strategií.....	3
1.6.1. Definice strategie.....	3
1.6.2. Podstata strategie.....	3
1.7. Hierarchie podnikových strategií.....	5
1.7.1. Firemní/podniková strategie (Corporate Strategy).....	5
1.7.2. Obchodní Strategie (Business Strategy).....	5
1.7.3. Funkční strategie.....	5
2. Analýza okolí podniku.....	7
2.1. Analýza mezinárodního okolí.....	7
2.2. Analýza širokého okolí.....	8
2.2.1. Rozbor legislativních vztahů.....	8
2.2.2. Rozbor politických faktorů.....	9
2.2.3. Rozbor vzájemně souvisejících a společenských trendů.....	9
2.2.4. Rozbor hospodářských trendů.....	9
2.2.5. Rozbor technologických trendů.....	10
2.2.6. Rozbor Ekologických faktorů.....	10
2.3. Analýza konkurenční pozice v rámci oboru.....	10
2.3.1. Stav vliv odběratelů.....	11
2.3.2. Stav vliv dodavatelů.....	12
2.3.3. Stav soupeřivosti v daném oboru.....	13
2.3.4. Stav možných substitutů.....	13
2.3.5. Stav možného vstupu nových firem do oboru.....	14
2.4. Analýza interního okolí podniku.....	14
2.4.1. Faktory technického rozvoje.....	15
2.4.2. Marketingové a distribuční faktory.....	16
2.4.3. Marketing a jeho úloha v podniku.....	16
2.4.4. Výrobní faktory a řízení výroby.....	17
2.4.5. Faktory podnikových a pracovních zdrojů.....	18
2.4.6. Faktory finanční a rozpočtové.....	19
2.5. Analýzy hodnotových řetězců.....	22
3.Portfolio analýza.....	25
3.1. Strategická podnikatelská jednotka (Strategic Business Unit -SBU).....	25
3.2. Matice Bostonské konzultační skupiny (BCG).....	26
3.2.1.Problémy BCG:.....	27
3.3. Matice atraktivity (General Electric/Mckinsey & Co. Portfolio Model).....	27
3.4. Matice přežití:.....	29
3.5. PIMS (Marketingová strategií a její vliv na zisk).....	30

3.6. SWOT analýza.....	31
4. Strategické varianty podniku.....	33
4.1. Základní strategie firmy.....	33
4.1.1. Strategie nákladovosti/Vedoucího nákladů (Cost-Leadership).....	33
4.1.2. Strategie odlišení/diferenciace (Differentiation).....	34
4.1.3. Strategie zaměření (Focus).....	35
4.2. Alternativní podnikové strategie.....	36
4.2.1 Strategie stability.....	36
4.2.2 Strategie růstu.....	37
4.2.2 Strategie ústupu/retrenchment.....	42
4.2.2 Kombinovaná strategie.....	42
5. Implementace strategie.....	44
5.1. Organizační struktura.....	45
5.1.1. Nová forma organizací.....	49
5.1.2. Organizace vysokého výkonu.....	51
5.2. Proces plánování.....	52
5.2.1. Kdy by mělo být prováděno strategické plánování.....	52
5.2.2. Implementace strategického plánu.....	52
5.2.3. Monitorování, hodnocení a odchylky od plánu.....	52
5.2.4. Hranice strategického plánování.....	52
5.3. Podnikatelská kultura.....	57
5.3.1. Totožnost podniku.....	58
5.4. Evaluace strategie.....	60
5.4.1. Překážky evaluace strategie.....	60
5.5.2 Prozkoumání/posuzování základny strategie.....	61
5.5.3 Měření výkonnosti organizace.....	61
5.5.6 Kvantitativní kritéria evaluace strategie.....	61
5.5.7 Kvalitativní evaluace strategie.....	61
5.5.6 Základní předpoklady k efektivní evaluaci strategie.....	61