

OBSAH

PŘEDMLUVA ČTENÁŘŮM.....	5
1 JAK V PODNIKU VZNIKÁ STRATEGIE	7
2 MÍT SVŮJ OSOBNÍ A MANAŽERSKÝ SEN	12
2.1 Sen českého manažera.....	12
2.2 Manažerský osobní sen	14
2.3 Realita a fantazie	15
2.4 Zdroje vzniku snu manažera.....	18
2.5 Sen musí být komplexní	19
2.6 Sen musí být realizován.....	20
3 ZÁKLADNÍ CÍL - CELOSVĚTOVÁ KONKURENCESCHOPNOST	24
3.1 Co je celosvětová konkurenceschopnost?	24
3.2 Konkurenceschopnost malých, středních a velkých podniků.....	26
3.3 Konkurenceschopnost České republiky.	36
4 ZÁSADNÍ ZMĚNY LZE PROVÉST POUZE STRATEGICKÝM ŘÍZENÍM.....	41
5 PŘESVĚDČIT SÁM SEBE A OSVOJIT SI STRATEGICKÉ MYŠLENÍ	48
6 ZÍSKAT SPOJENCE JE NEZBYTNÉ.....	52
7 ZAČÍNÁME FORMULOVAT STRATEGII.....	66
7.1 Poptávka je klíčem	66
7.2 Poptávka musí být aktivně vytvářena.....	68
7.3 Rozhodující je kreativita.....	69
8 FORMULACE CÍLŮ A INDIKÁTORŮ	73
8.1 Integrita, jednoznačnost, smysluplnost.....	73
8.2 Přidat, přidat, přidat.....	75
9 VELKÝ, STŘEDNÍ ČI MALÝ PODNIK	82
10 VÝCHOZÍ OTÁZKY PŘI ROZHODOVÁNÍ.....	85
11 VNÁŠEJME V PODNIKU ŘÁD DO SVĚTA CHAOSU	90
11.1 Co je vlastně chaos?	90
11.2 Algoritmizace a tvůrčí rozhodování	91
11.3 „Best practices“ pro zvláštní typ budoucích událostí.	92
11.4 Možnosti kombinace algoritmizovaného a tvůrčího řešení.....	93
11.4.1. Hodnocení průběhu strategických operací	94
11.4.2. Sledování poptávky a odchylek od plánovaných tržeb (prodeje).	97
ZÁVĚR.....	103
LITERATURA.....	104
PŘÍLOHY	106