

## OBSAH

PŘEDMLUVA .....	5
1 PŘÍSNÁ SEBEREFLEXE.....	9
1.1 Změnám se nikdo nevyhne .....	9
1.2 BRICS je základním fenoménem doby.....	11
1.3 Svět se však ubírá americkou cestou.....	12
1.4 Budoucí poptávka je základním východiskem.....	15
1.5 Superprodukty.....	25
1.5.1 Pojem „superprodukt“ .....	25
1.5.2 Škála superproduktů je nekonečná.....	26
1.5.3 Zdroje získání nápadů na superprodukty .....	28
1.5.4 Riziko spojené se zaváděním superproduktů .....	30
1.6 Využijme „teorii Smajlíků“ .....	31
1.7 Vstup na nové trhy .....	32
<i>Exkurz: Příběh TOSu Varnsdorf a ing. Jan Rýdl.....</i>	<i>35</i>
2 PROGNOZA STRATEGICKÉ POPTÁVKY .....	44
2.1 Základem strategického řízení je přemýšlení.....	44
<i>Exkurz: Příběh Konosuke Matsushita.....</i>	<i>49</i>
2.1.1 Intuice.....	58
2.2 Hledání základního zaměření strategie .....	59
2.3 Určení pravděpodobné efektivnosti nově zformulované strategie budoucnosti .....	63
2.4 Určení typu strategie .....	65
2.4.1 Specializace.....	66
2.4.2 Koncentrická horizontální diverzifikace .....	67
2.4.3 Konglomerátní horizontální diverzifikace .....	68
2.4.4 Vertikální integrace.....	69
2.4.5 Drastické snížení nákladů .....	70
2.4.6 Fúze, aliance, joint-ventures, akvizice .....	72
2.5 Nepřekročitelné limity a omezení .....	72
<i>Exkurz: Příběh Strojmetalů Kamenice s.r.o a Miroslav Jelínek.....</i>	<i>78</i>
3 POPTÁVKA JE KLÍČOVÝM PROBLÉMEM.....	83
3.1 Poptávka strategická a současná .....	83
<i>Exkurz: Příběh rozvoje neurochirurgie a prof. MUDr. Vladimír Beneš, DrSc.....</i>	<i>89</i>
3.2 Co je a co není cílená poptávka .....	93
3.3 Prvotní úvahy o strategické poptávce .....	95

3.4	Kvantifikace poptávky .....	99
3.4.1	Kvantifikace běžné poptávky .....	100
3.4.2	Kvantifikace strategické poptávky .....	101
3.4.3	Informační zdroje .....	105
4	ANALÝZA VNITŘNÍHO POTENCIÁLU PODNIKU .....	109
4.1	Základní východiska .....	109
4.2	Postup při hodnocení vnitřního potenciálu .....	110
4.3	Hodnocení pracovníků .....	111
4.4	Patenty, chráněné vzory a speciální know-how .....	111
4.5	Úroveň distribuční a servisní sítě .....	112
4.6	Vztahy se zákazníky .....	113
4.7	Přístup k finančním zdrojům .....	114
4.8	Image firmy .....	115
4.9	Hmotný majetek a jeho alokace .....	116
4.10	Vyhodnocení provedených analýz vnitřního potenciálu podniku .....	117
4.11	Specifické přednosti ve vývojových fázích .....	118
	<i>Exkurz: Příběh nejstarší stavební firmy v ČR Podzimek a synové s.r.o. a rodina Podzimků .....</i>	<i>122</i>
5	RIZIKA OVLIVŇUJÍCÍ STRATEGICKÁ ROZHODNUTÍ .....	131
5.1	Riziko – samozřejmý atribut podnikání .....	131
5.2	Některé definice a principy .....	132
5.3	Předvídání a hodnocení rizika .....	136
5.4	Cesty snižování rizika .....	137
	<i>Exkurz: Příběh RENOMIA, a.s. a Jiřina Nepalová .....</i>	<i>143</i>
6	VÝBĚR OBORU PODNIKÁNÍ .....	148
	ZÁVĚR .....	153
	LITERATURA .....	154