

Obsah:

ÚVOD.....	15
1 SOUČASNÉ POJETÍ STRATEGICKÉHO MANAGEMENTU MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	17
1.1 HISTORIE STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ	22
1.2 SOUČASNÉ POJETÍ STRATEGICKÉHO MANAGEMENTU MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	23
2 POSLÁNÍ, FILOSOFIE, VIZE A POLITIKA MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ. 29	29
2.1 VIZE SEKTORU MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	29
2.1.1 <i>Vize státu sektoru malého a středního podnikání</i>	30
2.1.2 <i>Vize podniku</i>	30
2.2 PODNIKOVÁ FILOSOFIE.....	32
2.3 POSLÁNÍ PODNIKU.....	32
2.4 POLITIKA PODNIKU	33
3 MODELY STRATEGICKÉHO MYŠLENÍ A STRATEGICKÉ ANALÝZY MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	37
3.1 STRATEGICKÉ MYŠLENÍ	37
3.2 ANALÝZY PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ	39
3.2.1 <i>Analýzy stavu vnitřního podnikatelského prostředí</i>	39
3.2.2 <i>Analýzy stavu vnějšího podnikatelského prostředí</i>	43
3.2.3 <i>Analýzy celkového firemního prostředí</i>	55
4 STRATEGICKÉ CÍLE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	65
4.1 STRATEGICKÉ CÍLE VLÁDY ČR PRO OBLAST MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	65
4.2 STRATEGICKÉ CÍLE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	65
5 PODNIKOVÉ STRATEGIE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	69
5.1 PODNIKOVÉ STRATEGIE A JEJICH HIERARCHIE.....	69
5.2 KONKRÉTNÍ PODNIKOVÉ STRATEGIE	72
5.2.1 <i>Bostonská tabulka</i>	72
5.2.2 <i>Rozvojové strategie</i>	72
5.2.3 <i>Strategie na základě SWOT analýzy</i>	73
5.2.4 <i>Strategie identifikace tržního růstu</i>	74
5.2.5 <i>Strategie specifické tržní pozice</i>	75
5.2.6 <i>Strategie s využitím GE matice</i>	75
5.2.7 <i>Strategie řízení změny</i>	77
5.2.8 <i>Finančně orientované strategie</i>	78
5.2.9 <i>Generické strategie</i>	78
5.2.10 <i>Obchodní strategie</i>	78
5.2.11 <i>Výrobní strategie</i>	78
5.2.12 <i>Personální strategie</i>	79
5.3 HODNOCENÍ STRATEGIÍ PODLE GUINNA	79
5.3.1 <i>Vnitřní hodnocení strategií</i>	79
5.3.2 <i>Vnější hodnocení strategií</i>	79
6 IMPLEMENTACE STRATEGIE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ.....	83
6.1 TVORBA ORGANIZAČNÍCH STRUKTUR	83
6.2 REALIZACE STRATEGIE	86
7 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	91
7.1 STRATEGICKÝ PLÁN PODNIKU.....	91
7.2 NEJDŮLEŽITĚJŠÍ PODNIKOVÉ PROVÁDĚCÍ PLÁNY	92
7.2.1 <i>Finanční plánování</i>	92
7.2.2 <i>Investiční plánování</i>	93
7.2.3 <i>Rozpočtování</i>	93
8 REALIZACE, KONTROLA A RIZIKO PLNĚNÍ STRATEGICKÉHO PLÁNU MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	95

8.1	GRAFICKÉ ZOBRAZENÍ HARMONOGRAMU	95
8.1.1	Úsečkové grafy.....	95
8.1.2	Síťové grafy.....	96
8.2	ŘÍZENÍ REALIZACE STRATEGICKÝCH PLÁNŮ	96
8.2.1	Obchodní řízení firmy	96
8.2.1.1	Tvorba a řízení obchodních plánů	96
8.2.1.2	Řízení očekávaných prodejů – forecastů	97
8.2.1.3	Řízení obchodních pohledávek.....	97
8.2.1.4	Řízení komunikace se zákazníky.....	98
8.2.2	Finanční řízení podniku.....	99
8.2.3	Strategické řízení kvality.....	100
8.2.4	Strategické inovační řízení.....	104
8.3	HODNOCENÍ A KONTROLA	105
8.3.1	Monitoring průběhu budování a kontrola vybraných ukazatelů.....	105
8.3.2	Controlling.....	105
8.4	RIZIKO, VZNIK A ŘÍZENÍ KRIZE.....	107
8.4.1	Riziko	107
8.4.2	Řízení rizik.....	108
8.4.3	Vznik a řízení krizí v podniku.....	109
8.4.3.1	Vznik a fáze podnikové krize	109
8.4.3.2	Standardní vývoj krize podniku.....	111
8.4.3.3	Finanční krize a strategie ozdravení podniku	112
9	HLEDÁNÍ PŘÍLEŽITOSTÍ PRO MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY	115
9.1	PŘÍLEŽITOSTI PRO MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY NA STANDARDNÍM TRHU.....	115
9.2	PŘÍLEŽITOSTI PRO MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY VE STÁTNÍCH ZAKÁZKÁCH.....	115
9.3	PŘÍLEŽITOSTI MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ V DOTACÍCH	116
9.3.1	Příležitosti pro malé a střední podniky v EU.....	116
9.3.2	Příležitosti pro malé a střední podniky v dotacích od vlády ČR.....	120
9.3.3	Příležitosti pro malé a střední podniky ze strany bankovních domů.....	120
9.3.4	Příležitosti pro malé a střední podniky v CzechTrade.....	120
9.3.5	Příležitosti pro malé a střední podniky v CzechInvest.....	121
9.3.6	Příležitosti pro malé a střední podniky v podnikatelských a inovačních centrech BIC a podnikatelských inkubátorech.....	122
9.3.6.1	Podnikatelská a inovační centra (BIC)	122
9.3.6.2	Podnikatelské inkubátory	123
10	STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	125
10.1	Budování manažerských týmů	125
10.2	Výběr manažerů.....	125
10.3	Etika a řízení týmů.....	125
10.4	Manažeři a korupční prostředí	125
10.1	BUDOVÁNÍ MANAŽERSKÝCH TÝMŮ	125
10.2	VÝBĚR MANAŽERŮ	126
10.3	ÉTIKA A ŘÍZENÍ TÝMŮ JAKO SOUČÁST PODNIKOVÉ STRATEGIE	127
10.3.1	Interní a externí nástroje podnikatelské etiky v ČR	129
10.4	PODNIKOVÁ STRATEGIE A KORUPČNÍ PROSTŘEDÍ	130
10.4.1	Základní pojmy	130
10.4.2	Současný stav v ČR.....	134
10.4.3	Jak nás korupce ohrožuje	135
11	LITERATURA.....	139

Obsah:

1 POPIS A ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PODNIKU	3
1.1 IDENTIFIKACE PODNIKU	3
1.2 POPIS PODNIKU	4
1.3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PODNIKU	4
1.3.1 Analýza současného stavu v oblastech	4
1.3.2 Analýza vize, filozofie, poslání, politiky a strategie	5
1.3.3 Organizační struktura podniku	8
1.3.4 Podnikové činnosti	8
1.3.5 Význam strategického managementu v podniku	9
1.3.6 Podnikatelské prostředí podniku	9
2 MODELY STRATEGICKÉHO MANAGEMENTU	10
2.1 WHEELENŮV MODEL	10
3 ANALÝZA PODNIKU	11
3.1 ANALÝZA INTERNÍHO PROSTŘEDÍ PODNIKU	11
3.1.1 Aplikovaná analýza interního profilu podniku	11
3.1.2 Aplikovaná analýza zranitelnosti	12
3.1.3 Aplikovaná metoda vyhodnocení dosavadní strategie	14
3.2 ANALÝZA EXTERNÍHO PROSTŘEDÍ PODNIKU	16
3.2.1 Aplikovaná metoda PEST analýzy	16
3.2.2 Aplikovaná analýza atraktivity odvětví	18
3.2.3 Aplikovaná analýza konkurenceschopnosti podle Hrona	19
3.3 ANALÝZA CELKOVÉHO PODNIKOVÉHO PROSTŘEDÍ	21
3.3.1 SWOT analýza	21
3.3.2 Aplikace benchmarkingu	22
3.3.3 Aplikace SPACE analýzy	23
4 STRATEGICKÉ CÍLE PODNIKU	24
5 PODNIKOVÁ STRATEGIE	25
5.1 ROZVOJOVÁ STRATEGIE	25
5.2 STRATEGIE NA ZÁKLADĚ SWOT ANALÝZY	26
5.3 GENERICKÉ STRATEGIE	26
5.4 OBCHODNÍ STRATEGIE	27
5.5 PERSONÁLNÍ STRATEGIE	27
6 STRATEGICKÝ PLÁN PODNIKU PRO ROKY 2007 AŽ 2013	29
6.1 FÁZE STRATEGICKÉHO PLÁNOVÁNÍ	29
6.1.1 Analýza současnosti	29
6.1.2 Prognóza budoucího vývoje a vize příležitostí	29
6.1.3 Definice strategických cílů podniku	30
6.1.4 Monitoring průběhu a kontrola vybraných ukazatelů	31
6.1.5 Korekce	31
6.2 REALIZACE STRATEGICKÉHO PLÁNU ZNÁZORNĚNÁ GRAFICKY	31
7 PŘIPRAVENOST PODNIKU NA VZNIK A ŘÍZENÍ KRIZE	33
7.1 KRIZOVÝ PLÁN PODNIKU	33
8 ANALÝZA PŘÍLEŽITOSTÍ PRO PODNIK	34
9 VÝPOČTY POMĚROVÝCH UKAZATELŮ	35
10 EXPANZE PODNIKU DO SRN	38