

Obsah

Předmluva	7
Úvod	9
1. Postup zpracování strategie a jejího zavedení do praxe	13
2. Rozhodnutí zpracovat strategii a zavést systém strategického řízení	15
3. První strategický seminář	19
4. Pojem strategie a strategického řízení	25
5. Specifické rysy strategických procesů	27
6. Strategické myšlení	33
7. Strategické předvídání	77
8. Základní vývojové tendence následujícího období	85
9. Zhodnocení námětů vzniklých ze seminářů	107
10. Segmentace a určení zájmových regionů	109
11. Analýza okolí	113
11.1 Metody „PEST“ a „4C“	113
11.2 Určení faktorů ovlivňujících poptávku a určení tržního potenciálu v zájmových regionech	113
11.3. Zjištění tržního podílu v zájmových regionech a analýza konkurence ..	118
11.4 Analýza vědeckotechnického rozvoje a produktu	122
11.5 Analýza energetiky, ekologie a zdrojů pracovních sil	124
12. Analýza vlastní firmy	125
13. Druhý strategický seminář	127
14. Strategická rozhodnutí	129
14.1 Formulace mise, vize, strategických cílů a „velitelského rozhodnutí“ ..	129
14.2 Cenová strategie a určení cílových cen (Target Prices)	134

14.3 Určení plánovaných objemů, tržeb do jednotlivých zájmových regionů . . .	135
14.4 Určení krycího příspěvku nebo zisku	136
14.5 Stanovení a zavedení účinné stimulace	139
14.6 Zpracování dílčích strategií	151
14.7 Sdělení plánovaného objemu a struktury výroby výrobnímu, investičnímu a personálnímu úseku.	152
14.8 Určení požadavků na nákup investic, vybudování pracovních ploch, pracovníků a jejich mezd.	152
14.9 Simulace důsledků jednotlivých variant strategie	152
14.10 Výběr varianty strategie k realizaci	154
15. Strategické operace	157
15.1 Pojem, obsah a klasifikace	157
15.2 Strategické operace v době vstupu do EU	161
15.3 Klíčové strategické operace	167
16. Zavedení systému strategického řízení a implementace strategie	181
17. Aktualizace strategie	185
18. Několik rad závěrem	187
Tabulky	191
Literatura	