

Obsah

	str.
Předmluva	6
Úvod	7
1. Strategie v podnikání	8
2. Smysl podnikatelských strategií	10
2.1. Cíle podnikatelských strategií	10
2.2. Význam strategie navenek	11
2.3. Vnitřní význam strategie v organizaci	11
3. Základní členění strategií	12
3.1. Generální strategie podnikatelského subjektu	12
3.2. Dílčí strategie dceřiných společností a organizačních součástí	12
3.3. Speciální strategie	13
4. Obsah a vnitřní struktura strategie	14
4.1. Od myšlenky ke strategii	15
4.2. Cíle a vyvolané hrozby	16
4.3. Metody hodnocení strategií	18
4.4. Taktika směřující k realizaci strategie	19
4.5. Operační úkoly vyplývající ze strategie	20
5. Kdy vytvářet strategii	21
6. Odpovědnost za tvorbu strategie	23
7. Informační základy strategie	26
7.1. Posouzení vlastních schopností – přístup ke zdrojům	27
7.1.1. Kapitálová vybavenost a přístup k financování	27
7.1.2. Materiálové zdroje	28
7.1.3. Tržní pozice a přístup na trh	28
7.1.4. Manažerský potenciál	29
7.1.5. Potenciál lidských zdrojů	29
7.1.6. Efektivita	29
7.1.7. Informace a know-how	30
7.1.8. Schopnosti řízení kvality	30
7.1.9. Ostatní důležité vazby	30
7.2. Posouzení podstatného okolí	31
7.2.1. Informace o trhu	31
7.2.2. Informace o zdrojích kapitálu	31
8. Tvorba strategie	33
8.1. Hledání ideje	33
8.2. Hledání konkurenční výhody	33
8.3. Formulování strategické vize	37
8.4. Subjektivní a objektivní stránka strategie	37
8.5. Základní metody a postupy tvorby vlastní strategie	38
9. Hlavní aspekty při tvorbě strategie	42
9.1. Časový výhled strategie	42
9.2. Stav odvětví	42
9.3. Konkurence	43
9.4. Přístup ke zdrojům	45
9.5. Hodnotové aspekty při tvorbě strategie	45
9.6. Předmět činnosti a oborové zvláštnosti	46
10. Obecné strategické koncepty	48
10.1. Strategický koncept nejnižších celkových nákladů	49
10.2. Strategický koncept diferenciacce	49

10.3. Strategický koncept konkurence kvalitou	50
10.4. Strategický koncept koncentrace pozornosti	51
10.5. Strategický koncept měřítka	51
10.6. Strategický koncept segmentace	52
10.7. Strategický koncept vertikální integrace	53
10.8. Specifické strategické koncepty pro finanční firmy	53
11. Hodnocení strategií	56
11.1. Zjištění váhy jednotlivých faktorů v rámci strategie	56
11.2. Strategická analýza	58
11.3. Interpretace	59
12. Realizace strategie	80
12.1. Obsah a formování taktiky	80
12.1.1. <i>Pružná reakce na vývoj vnitřních a vnějších podmínek</i>	81
12.1.2. <i>Nástroje řízení</i>	81
12.1.2.1. <i>Strategie a možnosti finančního řízení</i>	82
12.1.2.2. <i>Řízení podle strategických cílů</i>	83
12.1.2.3. <i>Controlling a reporting ve strategickém řízení</i>	83
12.1.2.4. <i>Procesní řízení v realizaci strategie</i>	84
12.1.2.5. <i>Strategie a projektové řízení</i>	84
12.1.2.6. <i>Benchmarking jako nástroj strategického řízení</i>	84
12.1.2.7. <i>Využití koučování ve strategickém řízení</i>	85
12.1.3. <i>Podniková kultura</i>	86
12.1.4. <i>Organizační struktura</i>	86
12.2. Stanovení operačních úkolů	87
12.3. Kontrola realizace strategie	87
13. Závěr	88
Literatura	89
Slovník	91
Přílohy	93
A1 Formulář pro stanovení pořadí významnosti (1)	93
A2 Formulář pro stanovení pořadí významnosti (2)	94
A3 Ukázka obrazovek pro stanovení významnosti	95
B1 Formulář pro strategickou analýzu – cíle	96
B2 Formulář pro strategickou analýzu – hrozby	97
B3 Ukázka obrazovek pro strategickou analýzu	98
C1 Formulář mapy procesů	100
C2 Formulář popisu procesu	101