

Obsah

ÚVOD.....	5
OBEČNÁ ČÁST.....	9
1 Předpoklady úspěchu začínajícího podniku.....	11
1.1 Získání motivace a odhodlání podnikat	11
1.2 Podnikatelský nápad nebo definování mezery na trhu.....	11
1.3 Osobnostní předpoklady podnikatele	12
1.4 Formy založení podniku	13
1.4.1 Podnik jednotlivce	14
1.4.2 Osobní společnosti.....	14
1.4.3 Kapitálové společnosti.....	14
1.5 Podnikatelský plán.....	15
1.5.1 Funkce podnikatelského plánu	16
1.5.2 Struktura podnikatelského plánu	16
1.5.3 Požadavky na podnikatelský plán	17
2 Moderní manažerské metody	19
2.1 Sedm návyků vůdčích osobností.....	19
2.2 Konkurenceschopnost podniku	21
2.3 Hodnota pro zákazníka.....	22
2.4 Strategické řízení	23
2.5 Strategie modrého oceánu	24
3 Strategická analýza okolí podniku.....	29
3.1 Analýza obecného okolí podniku	30
3.1.1 Socioekonomický sektor	30
3.1.2 Technologický sektor	33
3.1.3 Vládní sektor	34
3.2 Analýza oborového okolí podniku	34
3.2.1 Sektor zákazníků.....	34
3.2.2 Sektor dodavatelů.....	35
3.2.3 Sektor konkurentů.....	36
3.3 Vývoj strategických přístupů.....	37
3.3.1 Přehled významných strategických přístupů	37
3.3.2 Porterův model konkurenčního prostředí.....	38

3.4 Zahraniční okolí podniku.....	41
4 Strategická analýza vnitřního prostředí podniku	43
4.1 Marketingové a distribuční faktory	43
4.1.1 Produkt	44
4.1.2 Cena	44
4.1.3 Místo a distribuce.....	45
4.1.4 Propagace.....	45
4.2 Faktory finanční a rozpočtové.....	49
4.2.1 Majetková struktura podniku	49
4.2.2 Finanční struktura podniku	50
4.2.3 Výkaz zisků a ztrát.....	51
4.3 Faktory výroby a řízení výroby	52
4.4 Faktory vědecko-technického rozvoje.....	53
4.5 Faktory podnikových a pracovních zdrojů	54
5 SWOT analýza.....	57
6 Návrh optimální strategie	59
6.1 Vize podniku.....	59
6.2 Scénáře vývoje.....	59
6.3 Možnosti strategického rozvoje.....	60
6.3.1 Strategie stability.....	60
6.3.2 Strategie expanze.....	61
6.3.3 Strategie útlumu, omezení.....	61
6.3.4 Kombinovaná strategie	61
6.4 Volba optimální strategie.....	61
6.5 Realizace jako součást strategie.....	63
PRAKTICKÁ ČÁST	67
7 Představení podniku ALEN, s.r.o.....	69
8 Strategická analýza okolí podniku ALEN, s.r.o.	71
8.1 Analýza obecného okolí podniku	73
8.1.1 Socioekonomický sektor	73
8.1.2 Vládní sektor	80
8.2 Analýza oborového okolí podniku	85
8.2.1 Zákazníci.....	85
8.2.2 Dodavatelé.....	87
8.2.3 Konkurence.....	91

8.2.4	<i>Substituty</i>	93
8.2.5	<i>Porterův model konkurenčního prostředí podniku ALEN, s.r.o.</i>	94
9	Analýza vnitřního prostředí podniku ALEN, s.r.o.	97
9.1	Marketingové a distribuční faktory	97
9.1.1	<i>Produkt</i>	97
9.1.2	<i>Cena</i>	101
9.1.3	<i>Místo a distribuce</i>	102
9.1.4	<i>Propagace</i>	102
9.2	Faktory finanční a rozpočtové.....	105
9.3	Faktory výroby a řízení výroby	109
9.4	Faktory vědecko-technického rozvoje.....	110
9.5	Faktory podnikových a pracovních zdrojů	112
10	SWOT analýza	115
11	Návrh strategie rozvoje podniku ALEN, s.r.o.	117
11.1	Vize podniku.....	117
11.2	Tři oblasti konkrétních doporučení.....	118
11.2.1	<i>Posílení internetových stránek jako zdroje realizace zakázek</i>	118
11.2.2	<i>Důraz na spolehlivost a inovace</i>	122
11.2.3	<i>Zpětná vazba</i>	122
11.3	Tři fáze rozvoje společnosti	123
11.3.1	<i>Zajištění konkurenceschopnosti a růstu v rámci současných aktivit</i>	123
11.3.2	<i>Rozšíření aktivit o komplexní snižování energetické náročnosti staveb</i>	127
11.3.3	<i>Rozšíření aktivit o sektor nízkoenergetických, popř. pasivních domů</i>	128
11.4	Scénáře vývoje.....	130
	ZÁVĚR	135
	Seznam použitých zkratk	137
	Seznam použité literatury	139
	Seznam příloh	145