

Obsah

Úvodní informace	5
1. Fáze procesu tvorby strategie podniku	9
2. Analýza makrookolí	11
2.1 PEST analýza	12
2.2 Globalizace	13
3. Analýza konkurenčních sil	17
3.1 Dodavatelé klíčových vstupů	18
3.2 Kupující	19
3.3 Substituční výrobky	19
3.4 Potenciální konkurenti	20
3.5 Rivalita mezi konkurenčními podniky	20
3.6 Strategické implikace Porterova modelu 5 sil	21
3.7 Vliv jednotlivých sil	22
3.8 Souhrnné působení sil	22
4. Analýza odvětví a analýza konkurence	25
4.1 Základní charakteristiky odvětví	26
4.2 Struktura odvětví	26
4.3 Hybné změnotvorné síly odvětví	26
4.4 Klíčové faktory úspěchu	27
4.5 Atraktivita odvětví	28
4.6 Analýza konkurence	28
4.6.1 Základní kroky analýzy	29
4.6.3 Nákladové řetězce	29
5. Zdroje a schopnosti podniku	33
5.1 Význam zdrojů a schopností	34
5.2 Identifikace zdrojů a jejich analýza	34
5.2.1 Klasifikace zdrojů	34
5.2.2 Zásady analýzy zdrojů	35
5.3 Identifikace a analýza schopností podniku	35
5.3.1 Míra využití zdrojů	35
5.3.2 Míra rentability a zkušenostního efektu	36
5.3.3 Finanční analýza	36
5.3.4 Hodnototvorný řetězec	36

5.3.5 Portfolio analýza.....	37
6. Konkurenční výhoda	39
6.1 SWOT analýza.....	40
6.2 Specifické přednosti a konkurenční výhoda.....	40
7. Výběr strategie.....	41
7.1 Vhodnost.....	41
7.2 Přijatelnost.....	41
7.3 Proveditelnost.....	42
7.4 Specifikace výběru variant	42
8. Strategie na jednotlivých podnikových úrovních	43
8.1 Strategie na úrovni podnikatelských jednotek.....	44
8.2 Strategie na úrovni podniku.....	45
9. Implementace strategie.....	47
9.1 Implementace strategie.....	48
9.2 Konflikty při implementaci	48