
Obsah

O autorovi	9
Úvodní slovo recenzentů	10
Předmluva	14
Úvod	16
1 Změny v podnikatelském prostředí	17
1.1 Hlavní faktory změn	18
1.2 Globalizace trhů	20
1.3 Zintenzivnění konkurence	22
1.4 Faktor času	24
1.5 Reakce podniků	24
1.6 Vývoj strategického podnikového myšlení	26
2 Manažer jako stratég	31
2.1 Vojenská strategie	32
2.2 Manažer jako vůdce	33
2.3 Manažerské strategické rozhodování ve věku hyperkonkurence	37
2.4 Paradoxy strategického řízení	38
2.5 Řízení portfolia (portfoliový manažer)	40
2.6 Mentální modely ve strategickém myšlení manažerů	44
3 Teorie her pro strategické rozhodování	49
3.1 Teorie her a manažerské rozhodování	50
3.2 Faktory iracionality a intuice v rozhodování	51
3.3 Vztah k riziku a k užitku	52
3.4 Národní kultura a rozhodování	55
3.5 Rozhodování a komplexnost problémů	55
3.6 Morálka a fair play	58
3.7 Formulace strategického rozhodnutí	60
4 Strategie spolupráce	63
4.1 Strategie spolupráce	64
4.2 Spolupráce konkurentů	66
4.3 Model co-opetition	68
5 Univerzální recept na podnikovou úspěšnost	71
5.1 Existuje univerzální recept na úspěšnost?	72
5.2 Tom Peters a hledání dokonalosti	72
5.3 Zásada 4 + 2	74

6 Cíl podniku – konkurenční výhoda	77
6.1 Dosahování konkurenční výhody jako cíl podniku	78
6.2 Udržitelnost konkurenční výhody	79
7 Inovace jako zdroj konkurenční výhody	81
7.1 Schumpeter, inovace a konkurenční výhoda	82
7.2 Význam inovačních řádů	83
7.3 Inovace jako zdroj konkurenční výhody	84
7.4 Inovační riziko	85
7.5 Inovační strategie	88
8 Konec generických strategií?	91
8.1 Princip generických strategií	92
8.2 Kritika pozičního přístupu	95
8.3 Poziční přístup v podnikových strategiích	95
9 Zdroje a konkurenční výhoda	101
9.1 Podnikové zdroje	102
9.2 Konkurenční výhoda a změny v charakteru zdrojů	103
9.3 Klíčové kompetence (způsobivosti)	104
9.4 Strategie k získávání chybějících zdrojů a kompetencí	111
9.5 Éra znalostního kapitálu	115
10 Znalosti a konkurenční výhoda	117
10.1 Znalosti a konkurenční výhoda	118
10.2 Explicitní, tacitní a implicitní znalosti	119
10.3 Řízení znalostí a znalostní řízení	121
10.4 Transfer a kontinuita znalostí	123
10.5 Podniková kultura a transfer znalostí	125
10.6 Organizační struktura a transfer znalostí	127
10.7 Vytváření znalostních sítí a kontinuita	129
11 Strategie po krizi?	131
Summary	134
Přílohy	135
Příloha 1	
Světové osobnosti, které ovlivnily strategické myšlení podniků	136
Příloha 2	
Marketingová válka mobilních operátorů v ČR (případová studie)	146
Příloha 3	
Nízkonákladové letecké společnosti nevítězí jen nízkými cenami (případová studie)	149
Příloha 4	
Procter & Gamble (případová studie)	152
Příloha 5	
Ikea – spojení klíčových kompetencí s nízkými náklady (případová studie)	155

Příloha 6	
Metoda Management by Wandering Around a transfer znalostí	158
Literatura	160
Rejstřík	165
Jmenný rejstřík	168
Rejstřík společností	171