

## **POJEM STRATEGIE , STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ**

- 1) CÍLE**
- 2) STRATEGIE – PŘEDSTAVA JAK DOSÁHNOUT CÍLŮ**

**( RŮZNÉ TEORIE A PŘÍSTUPY K PLNĚNÍ TĚCHTO POJMŮ )**

### **KATEGORIE CÍLŮ**

- ZISKOVOST
- RŮST
- PODÍL NA TRHU
- SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKŮ
- KVALITA PRODUKTU
- VTR
- HOSPODÁRNOST

**VŠE LZE ZHRNOUT POD POJEM SMART**

**S - STIMULATING – STIMULACE K CO NEJLEPŠÍM VÝSLEDKŮM**

**M- MEASURABLE – MĚŘITELNOST**

**A – ACCEPTABLE**

**R – REALISTIC**

**T – TIMED**

**ROZHODOVÁNÍ O CÍLECH JE OVLIVNĚNO MNOHA FAKTORY**

- **VLIV PROSTŘEDÍ V NĚMŽ PODNIK PŮSOBÍ**
- **OČEKÁVÁNÍ STAKEHOLDERS**
- **OBJEM DOSTUPNÝCH VÝROBNÍCH PROSTŘEDKŮ**
- **INTERNÍ VZTAHY**
- **VLASTNOSTI, OSOBNÍ SCHOPNOSTI STRATÉGŮ**
- **MINULÝ VÝVOJ PODNIKU**

**STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ JAKO NIKDY NEKONČÍCÍ PROCES**

- **Ideální model strategického řízení neexistuje ( pokud by tomu tak bylo , zřejmě by nastal konec tržní ekonomiky)**
- **Principem je, že vždy musí být vítěz a poražený**
- **Strategický management je chápán jako nikdy nekončící proces, který má na sebe logicky navazující kroky**

- **VYMEZENÍ POSLÁNÍ PODNIKU A JEHO CÍLŮ**
- **STRATEGICKÁ ANALÝZA**
- **FORMULACE KONEČNÝCH CÍLŮ, VARIANT ŘEŠENÍ**
- **VÝBĚR A IMPLEMENTACE OPTIMÁLNÍ STRATEGIE**
- **KONTROLA, KOREKCE PRŮBĚHU REALIZACE**

- **REALITA – STRATEGIE JE KONTINUÁLNÍM PROCESEM**

## **POJEM STRATEGIE**

**CÍLE – JSOU BUDOUCÍ ŽÁDOUCÍ CÍLE , STAVY , KTERÝCH MÁ BÝT DOSAŽENO**

**STRATEGIE – VYJADŘUJÍ ZÁKLADNÍ PŘEDSTAVY JAK DOSÁHNOUT DANÝCH A POŽADOVANÝCH CÍLŮ ( NAPŘ. ZVÝŠIT OBJEM ZISKU – MNOHO POSTUPŮ – ZVÝŠENÍ NABÍDKY, ZVÝŠENÍ CENY, SNÍŽENÍM NÁKLADŮ , ZAJIŠTĚNÍ LEPŠÍHO TRHU – TO VŠE ŘEŠÍ STRATEGIE )**

**LITERATURA UVÁDÍ MNOHO CHARAKTERISTIK STRATEGIE**

**NAPŘ. DE WITT A MAYER UVÁDÍ :**

- **STRATEGIE JAKO INTEGRUJÍCÍ MODEL PRO ROZHODOVÁNÍ**
- **JAKO PROSTŘEDEK DETERMINUJÍCÍ ORGANIZACI V SOULADU S DLOUHODOBÝMI CÍLI**
- **JAKO SMĚRNICE PRO ZÁKLADNÍ FORMY KONKURENČNÍHO BOJE**
- **JAKO PROSTŘEDEK PRO DOSAŽENÍ KONKURENČNÍ VÝHODY VYUŽITÍM SILNÝCH STRÁNEK A ELIMINACÍ HROZEB A SLABÝCH STRÁNEK PODNIKU**
- **STRATEGIE JAKO LOGICKÝ SYSTÉM DISTRIBUCE A KOORDINACE ZÁKLADNÍCH MANAŽERSKÝCH ÚKOLŮ**
- **VYMEZENÍ EKONOMICKÝCH A NEEKONOMICKÝCH PŘÍNOSŮ PRO PODNIK JEJÍM „STAKEHOLDERŮM „ ( VLASTNÍCI, ZAMĚSTNANCI, ZÁKAZNÍCI , DODAVATELÉ, KONKURENTI, MÍSTNÍ SPRÁVA, ODBORY, LOBBY ....)**

## **CO MUSÍ STRATEGIE ...**

- **MÍŘIT DO BUDOUCNA**
- **ZAJISTIT PODNIKU SPECIFICKOU KONKURENČNÍ VÝHODU**
- **URČOVAT ZÁKLADNÍ PARAMETRY PODNIKÁNÍ, SOUBOR VÝROBKŮ, SLUŽEB, OBJEM VÝROBY, TRHY...**
- **DOSAŽENÍ SOULADU MEZI AKTIVITAMI PODNIKU A JEJÍM PROSTŘEDÍM**
- **MUSÍ STAVĚT NA KLÍČOVÝCH ZDROJÍCH A SCHOPNOSTECH PODNIKU**
- **MUSÍ VYMEZIT ZÁKLADNÍ ZPŮSOBY ZAJIŠTĚNÍ ZDROJŮ POTŘEBNÝCH PRO REALIZACI**
- **MUSÍ VYMEZOVAT ÚKOLY OPERATIVNÍ A TAKTICKÉ**
- **MUSÍ ZDŮRAŽŇOVAT PODNIKOVÉ HODNOTY, OČEKÁVÁNÍ, PODNIKOVOU KULTURU**

## **ČASOVÝ HORIZONT STRATEGIE**

**RŮZNÝ, RELATIVNÍ, OVLIVŇOVÁN RŮZNÝMI SPECIFIKY A PODMÍNKAMI PODNIKU**

**TĚŽKÝ PRŮMYSL – DELŠÍ OBDOBÍ  
SPOTŘEBNÍ – KRATŠÍ  
SLUŽBY – OPERATIVNÍ**

**NUTNÉ BRZA DO ÚVAHY MNOHO FAKTORŮ – CHARAKTER KONKURENČNÍHO PROSTŘEDÍ, NEJISTOTU BUDOUCNOSTI,**

**ŽIVOTNÍ CYKLUS VÝROBKU, SLUŽBY**

**ČAS PŘÍPRAVY PRO ZAVEDENÍ DO VÝROBY, DO PRODEJE**

**POSOUZENÍ ZÁVAZKŮ – FINANČNÍCH, VĚCNÝCH ...**

## **STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ, STRATEGIE, HIERARCHIE STRATEGIÍ**

- **3 ÚROVNĚ – STRATEGICKÉ, TAKTICKÉ, OPERATIVNÍ**
- **SOUČASNĚ PROLÍNÁNÍ JEDNOTLIVÝCH A ZÁKLADNÍCH MANAŽERSKÝCH ÚKOLŮ**

- PLÁNOVÁNÍ
- ORGANIZOVÁNÍ
- VEDENÍ
- KONTROLA

**ROZDÍLY .....**

### **ZMĚNA STRATEGIE – STRATEGICKÁ MEZERA**

- **NA ZÁKLADĚ MĚNÍCÍHO SE PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ**
- **ZMĚNA ASPIRAČNÍ ÚROVNĚ VEDOUCÍCH A ŘÍDÍCÍCH PRACOVNÍKŮ**
- **ZMĚNA V CHOVÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ, DODAVATELŮ**
- **ZMĚNY V ŽIVOTNÍM STADIU PODNIKU, PRODUKTU ( ZLEPŠENÍ MARKETINGU, TRŽNÍ ORIENTACE, SNIŽOVÁNÍ NÁKLADŮ, SNIŽOVÁNÍ ZÁSOB, INVESTOVÁNÍ, FINANCOVÁNÍ )**

**ANALÝZA MEZERY – MATEMATICKO – ANALYTICKÉ MODELY FINANČNÍHO ŘÍZENÍ PODNIKU**