Strategický management v praxi

Kurz MBA Obchodně podnikatelská fakulta Slezské Univerzity v Opavě

Ing. Bc. Lenka Švajdová, Ph.D. Mci.

O čem to dnes bude?

Realita:

- Význam strategického řízení v praxi
- Proč je důležité analyzovat
- Doopravdy potřebujeme poslání?
- A k čemu je nám vize?
- Strategický záměr, to jako vážně?
- Uteč, bojuj nebo zmrzni!
- Jak na to?

Význam strategického řízení v praxi

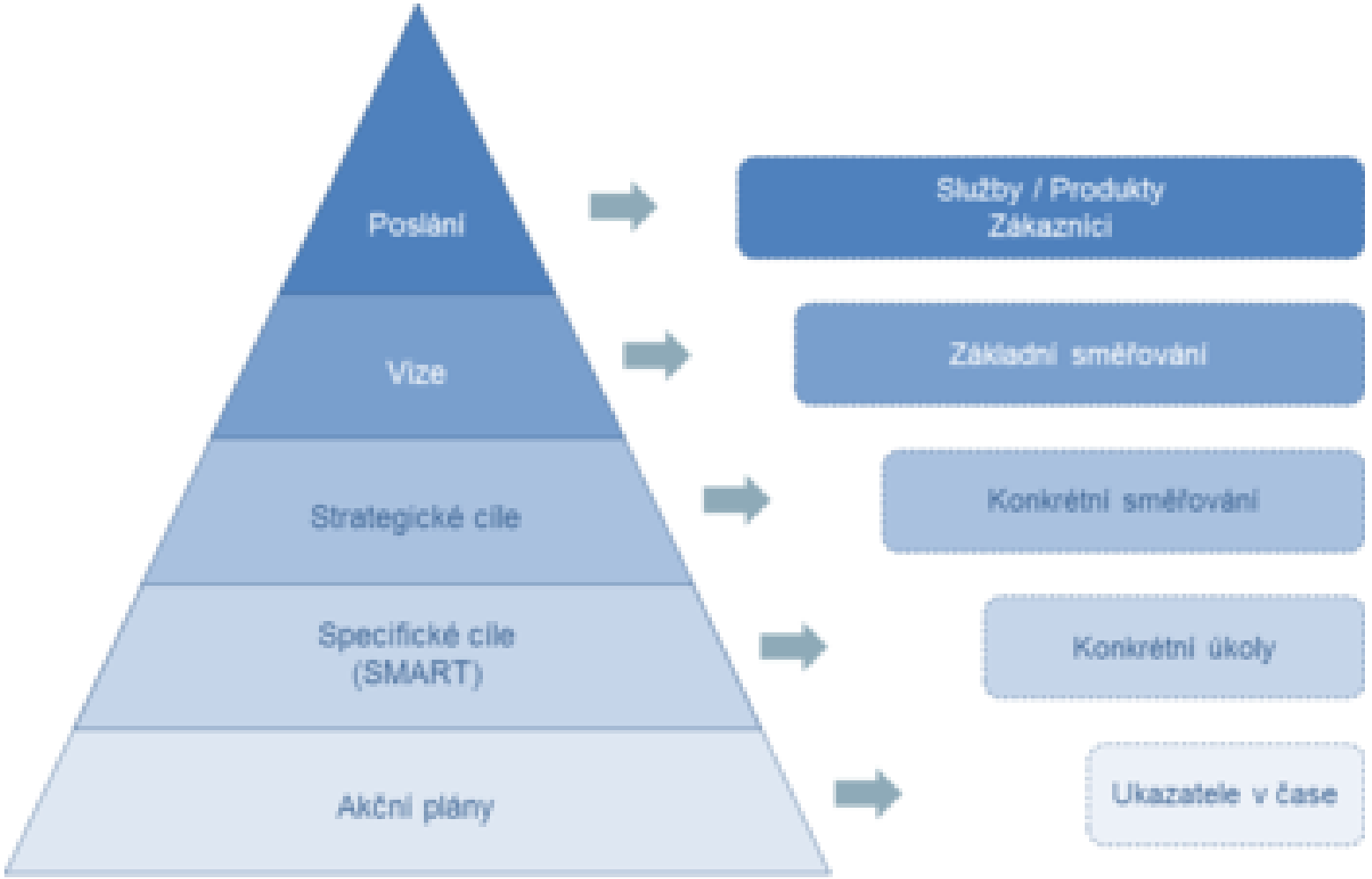
- Nemělo by platit, že i cesta je cíl!
- Strategie udává dlouhodobý směr organizace.
- **Co, kde, jak, proč, pro koho?**
- V měnícím se prostředí organizace díky účelnému uspořádání svých zdrojů a současně schopnosti splnit potřeby trhu získává výhodu a plní očekávání svých zainteresovaných stran.
- **Stakeholder?**

Vliv interních faktorů
Vliv externích faktorů
Očekávání a zájmy zainteresovaných stran
Strategická analýza
Kontrola a hodnocení postupu
Vize
Poslání
Elementární principy & hodnoty
Generická strategie
Implementace strategie
Tvorba strategie
Plánování a organizování
Strategické cíle a jejich varianty
Zajištění realizačních zdrojů
Zhodnocení variant a výběr strategie

Proč je důležité analyzovat

- Data/informace
- Podklady pro rozhodování
- Analýza okolí
- Kdo je připraven není překvapen
- PESTLE analýza
- PORTER analýza
- SWOT analýza

Strategické řízení



Zdroj: CoreSet Framework, 2010

Proč je důležité mít poslání?

Strategické plánování je na tří či lépe 5 a více let.

Součástí strategického plánování by měli být roční plány.

Plánovací činnosti musí vždy směřovat k určitým jasným cílům.

Není možné dobře plánovat, aniž bychom jasně nestanovili na který trh se zaměříme, jaký výrobek budeme vyrábět či jaké služby budeme poskytovat – **tedy proč tady vůbec jsme.**

Poslání

- Vychází z analýzy
- Z toho co chci nabízet
- Na jakém trhu působím
- A kdo je mým cílovým zákazníkem

Vždy mám na výběr několik variant, je nutné je vyhodnotit a zvolit tu nejlepší v okamžiku, kdy přijímám rozhodnutí.

Posláním našich cestovatelských poradců je poskytnout Vám komplexní služby pro cestování s maximálním komfortem a zabezpečit pro Vás individuální péči při plánování a přípravě dovolené. Poznejte neomezené možnosti našeho exkluzivního přístupu k Vašim přáním a nevšedním způsobem si užijte cestu za hranice všedních dnů.

Vize

- Vize je to představa žádoucího budoucího cílového stavu a má podobu jednoduchého popisu jeho podoby a ideálního stavu, kterého chce organizace svojí strategií dosáhnout.

Strategické záměry/cíle

- Dosahování trvalé stability na trhu.
- Dosahování trvalého optimálního zisku.
- Zvětšování základního kapitálu.
- Nepřetržité vyvíjení nových výrobků
- Distribuce výrobků na zahraniční trhy.

Strategické cíle

- Peníze vždy až na prvním místě!
- CSR

Strategie

- Útok - ofenziva
- Stagnace
- Obrana - defenziva

Útok

- Čelní
- Boční
- Obklíčení

Obrana

1. Zvýšení strukturálních překážek (zaplnění mezer ve své skupině výrobků nebo

v jejich umístění, blokování přístupu k distribučním cestám).

2. Zesílení hrozby očekávaných odvetných opatření (rozhodnutí bránit se, vytvoření obranných koalic, odvetné akce během útoku konkurence).

3. Snížení motivace k napadení (snížení plánovaných zisků).

Děkuji za pozornost