

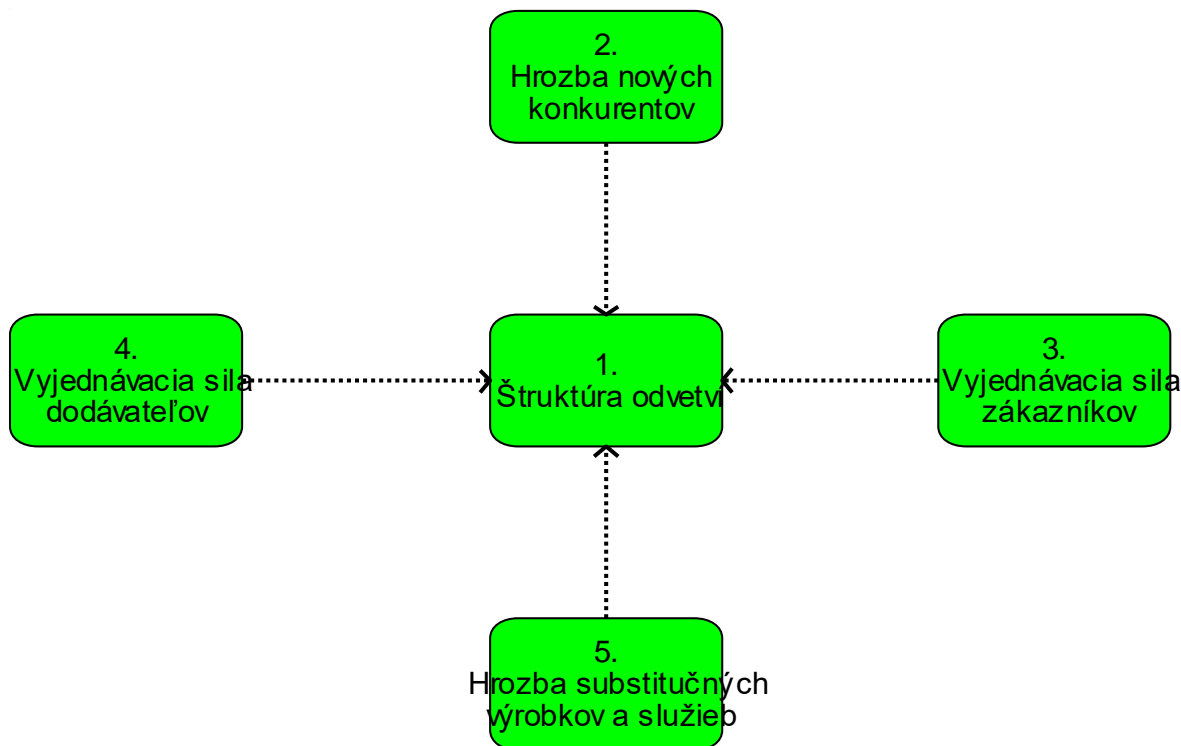
## Stratégia-úlohy

Firma	Meno	Funkcia
<b>Úlohy</b>		
<b>Stratégia</b>		
• <a href="#">Strategická mapa-1</a>		
• Definujte poslanie a víziu organizácie.		
• Definujte hodnoty organizácie.		
• Definujte pravidlá riadenia organizácie.		
• Definujte etický kódex zamestnanca.		
• Definujte stratégiu organizácie.		
• Definujte politiku a ciele kvality.		
<b>Strategické analýzy</b>		
• <a href="#">Vypracujte STEEP analýzu.</a>		
• <a href="#">Vypracujte Porterov model 5 síl.</a>		
• <a href="#">Vypracujte analýzu konkurencie.</a>		
• <a href="#">Vypracujte analýzu CSF.</a>		
• <a href="#">Vypracujte SWOT analýzu.</a>		
<b>Strategická mapa</b>		
• <a href="#">Strategická mapa-2</a>		
• Definujte ciele finančnej perspektívy.		
• Definujte ciele zákazníckej perspektívy.		
• Definujte ciele perspektívy interných procesov.		
• Definujte ciele perspektívy učenia a rastu.		
• Definujte vzťahy príčiny a následku medzi strategickými cieľmi.		
• Definujte ukazovatele výkonnosti finančnej perspektívy.		
• Definujte ukazovatele výkonnosti zákazníckej perspektívy.		
• Definujte ukazovatele výkonnosti perspektívy interných procesov.		
• Definujte ukazovatele výkonnosti perspektívy učenia a rastu.		
<b>Balanced ScoreCard</b>		
• Vypracujte plán implementácie stratégie.		

## STEEP analýza

<b>Sociologické</b>	<b>Demografické</b>
<b>Ekonomické</b>	<b>Environmentálne</b>
<b>Politické</b>	<b>Technologické</b>

## Porterov model 5 síl



Otázky	Popis
<b>1. Rivalita medzi priamymi konkurentmi</b>	
Ako by ste ohodnotili množstvo konkurenčných firiem - je vysoké alebo nízke?	
Sú konkurenčné výrobky výrazne odlišné od našich alebo sú veľmi podobné?	
Ktorým smerom sa vyvíja trh? Rastie, stagnuje alebo klesá?	
Je podiel fixných nákladov na celkovej cene produktu vysoký alebo nízky?	
Mali by dôsledky zrušenia výroby a vývoje veľké sociálne dôsledky v regióne? Alebo to už je prekonané?	
Je tu veľká emocionálna naviazanosť na existujúcu výrobu a vývoj?	
Ako sa rozvíja výrobná kapacita konkurencie?	
Aké by boli vysoké náklady spojené s likvidáciou výroby? Je to vôbec možné z pohľadu požiadavky na udržanie výroby?	
<b>2. Rivalita potenciálnych nováčikov?</b>	

Otázky	Popis
Aký je výrobný sortiment? Široký alebo úzky?	
Sú potrebné vysoké investície na spustenie výroby vo vašom odvetví?	
Sú naše výrobky výrazne difenciované od konkurenčných výrobkov?	
Sú naši zákazníci verní?	
Sú náklady spojené s prechodom na konkurenčné výrobky vysoké?	
Aké sú distribučné kanály?	
Je k nim ťažký prístup?	
Je výroba našich výrobkov chránená platnými patentami?	
Je problematické dostať sa k rozhodujúcim surovinám?	
<b>5. Rivalita substitučných výrobkov</b>	
Existuje na trhu hrozba substitučných výrobkov?	
Aký je pomer medzi cenou a výkonom substitučných výrobkov v porovnaní s nahradzanými produktami?	
Aká je ochota odberateľov zmeniť produkt? Vysoká alebo nízka?	
Aké sú náklady spojené s prechodom na substitút pre zákazníka?	
<b>3. Vyjednávacia sila zákazníkov</b>	
Existuje mnoho zákazníkov?	
Aká je možnosť spätnej integrácie zákazníkov?	
Podobá sa ponuka medzi konkurentami?	
Sú zákazníci citliví na kvalitu?	
Nakupuje sa vo veľkých množstvách?	
Sú zákazníci dobre informovaní o ponuke na trhu?	
<b>4. Vyjednávacia sila dodávateľov</b>	
Aká je koncentrácia dodávateľov? Vysoká stredná alebo nízka?	
Majú dodávatelia rôznorodú ponuku alebo sa ponuky navzájom podobajú?	
Je problém zmeniť dodávateľa?	
Aká je možnosť integrácie dodávateľov dopredu?	

## Analýza konkurencie

Konkurencia	Povaha konkurencie a zmeny	Ciele a stratégia konkurencie	Silné a slabé stránky konkurencie	Vplyv konkurencie	Spolu
Poľsko	4,00	2,00	3,00	4,00	3,25
Čína	5,00	1,00	4,00	5,00	3,75
Turecko	4,00	2,00	4,00	4,00	3,50
Priemer	4,33	1,67	3,67	4,33	3,50
<b>Vaša firma</b>	<b>3,00</b>	<b>1,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>3,00</b>
Rozdiel oproti priemeru	+1,33	+0,67	-0,33	+0,33	+0,5

Hodnotenie:

1 - najhoršie

5 - najlepšie

Vyhodnotenie:

Rozdiel oproti priemeru: + sme horší, - sme lepší

Čím väčší rozdiel, tým sme horší, alebo lepší

## Analýza CSF

<b>CSF</b>	<b>Súčasná hodnota</b>	<b>Konkurencia</b>	<b>Cieľová hodnota</b>
Kvalitní projektoví manažéri	6	6	7
Finančná stabilita	4	5	6
Značka	7	6	7
Dostupnosť informácií	5	6	7
Inovativnosť	5	3	5
Flexibilita	8	6	8
Ťah na bránu	7	6	7
Komplexnosť poskytovaných služieb	8	8	9
Kvalita produktov	6	6	7
Rýchlosť poskytovaných služieb	6	6	8
Vzťahy so zákazníkmi	5	9	10
Jasné smerovanie firmy - stratégia, SWOT, hodnoty, vízia, manažment	7	7	8

## SWOT analýza

	+ Príležitosti - okolie				- Ohrozenia - trh, konkurencia					Σ
<b>Silné stránky</b>										
										<b>0,0</b>
										<b>0,0</b>
										<b>0,0</b>
										<b>0,0</b>
										<b>0,0</b>
<b>Σ</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

	- Priležitosti - okolie				+ Ohrozenia - trh, konkurencia					Σ
<b>Slabé stránky</b>										
										<b>0,0</b>
										<b>0,0</b>
										<b>0,0</b>
										<b>0,0</b>
Σ	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	
Σ	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	



## Strategická mapa-1

Perspektíva	Cieľ	Merateľný ukazovateľ	Kritérium úspešnosti
<b>Financie</b>			
<b>Zákazníci</b>			
<b>Procesy</b>			
<b>Učenie a rast</b>			

## Strategická mapa-2

Perspektíva	Strategické riadenie	
	Ciele	Ukazovatele výkonnosti
Financie		
Zákazníci		
Procesy		
Učenie a rast		