

Abstrakt

Cílem této práce je přispět k pochopení významu strategického managementu jako součásti řízení podniku. Aplikace standardního strategického rámce je prezentována prostřednictvím případové studie týkající se existující středně velké společnosti. Cílem je aktualizovat současnou strategii společnosti tak, aby byl zajištěn úspěšný budoucí rozvoj.

V první části práce jsou na základě využití poznatků získaných studiem odborné literatury představeny hlavní koncepty a fáze procesu strategického řízení. Druhá část práce je postavena na komplexní analýze vnějšího a vnitřního prostředí společnosti, s cílem formulovat přepracované dlouhodobé strategie. Výsledky interního a externího auditu identifikují klíčové oblasti budoucího úspěchu společnosti, kterými jsou orientace na zákazníka, zavádění nejmodernějších technologií, zajištění efektivních procesů, posilování obchodních vztahů a zvyšování angažovanosti zaměstnanců. Na základě těchto oblastí jsou vytvořeny strategické cíle a strategické iniciativy, které jsou dále rozpracovány pomocí manažerského systému Balanced Scorecard. Následně je navržen vyvážený soubor měřítek výkonnosti, která jsou propojena se zrevidovanou strategií tak, aby bylo umožněno vyhodnocovat pokrok společnosti směrem k dosažení strategických cílů. V závěru práce je navržen osmiměsíční časový plán, v rámci něhož jsou identifikovány prvořadě aktivity zajišťující realizaci aktualizované strategie.

Klíčová slova

Strategické řízení, SWOT analýza, Kritické faktory úspěchu, Balanced Scorecard, Řízení výkonnosti