

STRATEGIE MALÝCH A STŘEDNÍCH FIREM STRATEGY OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

M. Pech, O. Jodlová

Abstract

The paper deals with strategies of small and medium sized enterprises, which are searching for its unique competitive advantage. Research is classified into three domains of strategic management: strategy, vision and process rating. The content of paper is focused on tangible strategies of chosen firms, which are described in case studies. Results are based on research project No. 2E06044 „Managerial audit as a support tool for sustainable development of SMEs” sponsored by National Program of research II Ministry of education.

Key words: strategic management, strategy, processes, small and medium enterprises

Abstrakt

Článek se zabývá strategiemi malých a středně velkých firem, které hledají svou jedinečnou konkurenční výhodu. Provedený výzkum byl rozdělen do tří oblastí strategického řízení: strategie, vize a hodnocení procesů. Obsah článku se zaměřuje na konkrétní strategie sledovaných firem popsané pomocí případových studií. Výsledky vycházejí z projektu Národního programu výzkumu II MŠMT 2E06044: „Manažerský audit jako nástroj podpory trvale udržitelného rozvoje malého a středního podnikání“.

Klíčová slova: strategické řízení, strategie, procesy, malé a střední firmy

Výsledky výzkumu vycházejí z projektu Národního programu výzkumu II MŠMT 2E06044: „Manažerský audit jako nástroj podpory trvale udržitelného rozvoje malého a středního podnikání“.

Literatura

- [1] BARTES, F. *Konkurenční strategie firmy*. Praha: Management Press, 1997. ISBN 80-85943-41-7.
- [2] DEDOUCHOVÁ, M. *Strategie podniku*. Praha: C.H.Beck, 2001. ISBN 80-7179-603-4.
- [3] HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 204 s. ISBN 80-247-0447-1.
- [4] JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing: strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing, 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- [5] JODLOVÁ, O. Malé a střední podniky - výhody a nevýhody na trhu. *Auspicia. Recenzovaný neimpaktovaný časopis zaměřený na oblast společenských a humanitních věd*, 2009, roč. VI., č. 1, s. 32-38. ISSN 1214-4967.
- [6] KEŘKOVSKÝ, M., VYKYPĚL, O. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. Praha: H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-578-0.
- [7] KOTLER, P. *Marketing management*. 10. rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0016-6.
- [8] MALLYA, T. *Základy strategického řízení a rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 2007. 252 s. ISBN 978-80-247-1911-5.
- [9] PORTER, E. M. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press, 1980. ISBN 0-684-84148-7.
- [10] PORTER, E. M. *Konkurenční strategie*. Praha: Victoria Publishing, 1994. ISBN 80-85605-11-2.
- [11] ROLÍNEK, L. Hodnocení úrovně procesů ve vybraných MSP. In *Firma a konkurenční prostředí 2008. Sekce: Management v novém prostředí*. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2008a. s. 100-103.
- [12] ROLÍNEK, L. Manažerský audit a hodnocení úrovně procesů v MSP. In *Sborník ze semináře: Inovace výukových programů a možnosti jejich financování*. Praha: Oeconomica, 2008b. s. 19-23.
- [13] ŘEZANKOVÁ, H., HÚSEK, D., SNÁŠEL, V. *Shluková analýza dat*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-26-9.
- [14] STEJSKALOVÁ, I., ROLÍNEK, L., et al. *Manažerský audit v malých a středních podnicích*. 1. vyd. Praha: ASPI, 2008. 159 s. ISBN 978-80-7357-406-2.
- [15] TCHIRKY, H., BUCHER, P. Der Weg zum zukunftsfähigen Unternehmen. *New Management*, 2003, 6, p. 25-31.

Kontaktní adresa – Contact address

Ing. Martin Pech
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta, Katedra řízení
Studentská 13
370 05 České Budějovice
E-mail: mpechac@ef.jcu.cz

Ing. Olga Jodlová
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta, Katedra řízení
Studentská 13
370 05 České Budějovice
E-mail: Jodlova.O@seznam.cz
