

Řízení dodavatelských systémů:

5. Management řízení procesů v dodavatelských systémech

Metodický koncept k efektivní podpoře klíčových odborných kompetencí s využitím cizího jazyka ATCZ62 - CLIL jako výuková strategie na vysoké škole

Interreg 
EVROPSKÁ UNIE
Rakousko-Česká republika
Evropský fond pro regionální rozvoj



Europäische Union
Evropská unie
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung
Evropský fond pro
regionální rozvoj



UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES
UPPER AUSTRIA

Podniková filozofie a strategie

Při jakýchkoliv podnikatelských aktivitách je nutné formulovat jejich smysl a cíle. Dále musíme zvážit podstatné okolnosti a vlivy, pozitivní i negativní, které budou na zamýšlené aktivity působit. Je nezbytné přihlížet jak vnějším tak interním faktorům. Nabízí se využití analýz STEP a SWOT.

STEP analýza spočívá v hodnocení vlivu pouze vnějších faktorů (faktorů globálního prostředí) na chod firmy v následujících segmentech:

- S-společenské (sociální faktory)
- T-technické (technicko-technologické) faktory
- E-ekonomické faktory
- P-politicko-právní faktory

SWOT analýza je nástrojem používaný zejména při hodnotovém managementu a tvorbě podnikové strategie k identifikaci silných a slabých stránek podniku s přihlédnutím k příležitostem a ohrožením.

Silné stránky podniku:

- Individuální přístup
- Příznivé ceny
- Nové inovativní produkty a služby
- Umístění podniku
- Zkušenosti v oboru
- Nové technologie

Slabé stránky podniku:

- Špatná marketingová strategie
- Velikost podniku a umístění
- Malé podvědomí u potenciálních klientů
- Umístění podniku
- Špatná kvalita produktů a služeb

Příležitosti podniku:

- Otevření trhu EU
- Možnost rozšíření o další služby
- Zvyšující se potřeba daňového poradenství
- Malá konkurence
- Možnost expandovat mimo region
- Příliv zahraničních investic

Hrozby podniku:

- Nečekaný vstup konkurence
- Změny předpisů
- Vládní politika utlačující malé podnikatele

Logistické cíle:

V souvislosti s pojetím a přístupem k logistice jsme dospěli k poznatku, že chce-li firma získat na trhu pozici umožňující ji prodávat své výrobky za tržní ceny, pak musí tyto výrobky být zajímavé pro zákazníky svými parametry, jakostí, designem, servisem a cenou. Srovnatelné nebo ještě lepší než konkurenční produkty a zájemcům - zákazníkům nabídnuty na požadovaném místě, v požadovaném množství, v požadovanou dobu, ve stanovené jakosti a to za ceny odpovídající situaci na trhu.

Relevantní cíle v oblasti logistiky a to od velkých podniků až po malé firmy a jednotlivé řemeslníky:

- podat potřebné **výkony** v oblastech zásobování, dopravy, manipulace, skladování,
- zajistit požadovanou **jakost** těchto výkonů (dodavatelskou schopnost, flexibilitu, dodržování termínů, jakost zásilek, ...) a
- optimalizovat **náklady** (osobní, dopravní, manipulační, skladovací, ...)
- při respektování požadavků environmentu v celém rozsahu procesních řetězců.

Transformační manažerské metody

- V tomto směru se v posledních letech diskutuje silně o manažerských metodách Total Quality Management (TQM), Lean Production a Business Reengineering, které v zásadě staví na pilířích orientace managementu firem směrem na obchodní procesy, zákazníky a spolupracovníky. Všechny tyto metody se vyznačují rozsáhlým celkovým sledováním podniku.