

# Plánování

---

7. Seminář / 05.04.2022

Lucie Reczková

# Obsah dnešního semináře

- Co je to vize a mise (poslání) podniku
- Cvičení na vytvoření vize a mise
- Plánování a cíle podniku
- Případová studie – Společnost Tesla a její ambiciózní plán

# Vize podniku

- Sděluje **smysluplný** a **přitažlivý** obraz budoucnosti podniku, hlavně svým zaměstnancům.
- Vyjadřuje, co by podnik chtěl **dlouhodobě dosáhnout** a **jakým způsobem** – vnitřní komunikační nástroj podniku.
- Vize určuje **základní směr** a **cíl** vývoje podniku – je částí strategického plánování.
- Shrnuje důležitý plánovaný budoucí vývoj podniku do jediného, ale velmi **efektivně vyjádřeného prohlášení**.

# Vize podniku – základní požadavky pro vytvoření vize

- Snadno **představitelná, uskutečnitelná, inspirativní a přitažlivá** pro různé v podniku zainteresované skupiny.
- Zaměřená na dosažení cíle.
- Flexibilně formulovaná.
- Srozumitelná a snadno sdělitelná.
- Jedna až dvě věty.
- **Základem** pro vytvoření vize jsou **poslání, smysl, cíle a hodnoty** podniku.

# Vize podniku – Příklady

- **Starbucks**
  - Zajistit, abychom jako Starbucks byli hlavní dodavatelé té nejlepší kávy na světě a zároveň abychom si v průběhu růstu naší společnosti zachovali naše nekompromisní principy.
- **Costa Coffee**
  - Naše vize: „stát se nejoblíbenější kávovou značkou na světě. Máme ambiciózní plány pro náš růst, a to skrz naše kavárny, naše expresní automaty, nebo skrz kávové zrna, které prodáváme.“

# Mise (poslání) podniku

- Specifikuje podnikatelské aktivity, ve kterých chce podnik působit a se kterými chce na trhu konkurovat.
- Je konkrétnější než vize.
- Vysvětluje a zdůvodňuje **existenci** podniku.
- Vyjadřuje, jak by měl být podnik chápán a přijímán veřejností.
- Dává odpověď na otázku: „Jakou přidanou hodnotu může náš podnik nabídnout trhu?“

# Mise (poslání) podniku – základní požadavky na vytvoření mise

- Dobře vytvořená mise podniku by měla obsahovat:
  - 1. cíl(e) podniku,
  - 2. zdůvodnění existence podniku,
  - 3. kulturu a základní hodnoty a ambice podniku,
  - 4. konkurenční výhodu (čím se podnik odlišuje od konkurence),
  - 5. identifikaci trhu a zákazníků podniku.

# Mise (poslání) podniku – příklady

- **Starbucks**
  - „Inspirovat a povznášet lidského ducha - zvláště s každým šálkem, zákazníkem i prostředím, ve kterém žijeme.“
- **Costa coffee**
  - „Zachránit svět před průměrnou kávou.“



# Cvičení na vytvoření vize a mise

- Otevřete si Word dokument - Cvičení na vizi a misi podniku
- Prostudujte si následující odkazy na dvě firmy a vytvořte pro každou z nich vizi a misi na základě informací, které jste o nich získali. Zapojte i svou představivost!
- <https://www.instagram.com/cukrarna.mysak/?hl=en>
- <https://www.noran.cz/>

Vize

Cíle podniku do budoucna a jak jich podnik dosáhne



Mise

Kde se podnik právě nachází a důvod proč existuje

# Plánování

- Plánování představuje **proces** stanovení **cílů** a předpokládaných **postupů** jak těchto cílů dosáhnout.
- **Cíle** popisují, kam se má podnik dostat, tak aby byl zajištěn požadovaný budoucí stav, který má podniku zabezpečit zdravý růst a prosperitu.
- Cíle představují **úkoly**, které musí podnik splnit ve **vymezeném čase**, aby dosáhl požadovaného stavu.
- **Jasně stanovené cíle** se tak stávají **konkrétními úkoly** pro přesně určený **časový horizont**.

# Plánování – požadavky na cíle podniku

S

## SPECIFICKÝ

**Kdo**

**Co** – chci  
dosáhnout,

**Kde**

**Kdy**

**Proč** – to dělám,  
**Jaké** – požadavky,  
překážky mám

M

## MĚŘITELNÝ

Můžeme sledovat  
vývoj a zjišťovat  
(měřit) výsledek?

A

## AKCEPTOVATELNÝ

Jsme opravdu  
schopni  
dosáhnout  
stanoveného cíle?  
Jak?

R

## REÁLNÝ

Stojí tento cíl  
opravdu za  
námahu a úsilí?  
Uspokojí potřeby  
podniku?

T

## TERMÍNOVANÝ

Kdy?  
Náš cíl by měl být  
limitován časem.  
Stanovit si, kdy  
tohoto cíle chci  
dosáhnout.

# Plánování – případová studie

- Otevřete si Word dokument - Tesla případová studie – plánování
- Přečtěte si zadání a odpovězte na zadané otázky. Podívejte se na příklad Tesly skrz SMART pravidla, využijte i internet a přednášky:
- 1. Analyzujte stanovený cíl výroby 5 000 ks za týden použitím pravidel SMART.
- 2. Jaké důvody ztížily společnosti Tesla dosáhnutí stanoveného cíle a to vyrobit 5 000 kusů Modelu 3 za týden?
- 3. Jaké plynou nevýhody ze stanovení takových ambiciózních cílů jako si stanovila Tesla u Modelu 3?
- 4. Přibližte, co si asi mysleli zaměstnanci Tesly o stanoveném cíli výroby 5 000 kusů Modelu 3/týden. Myslíte, že to mělo pozitivní nebo negativní vliv na morálku zaměstnanců?



# Příští seminář

Kontrola



# Zdroje

- Robbins, S., & Coulter, M. (2020). *Management, ebook, global edition*. Pearson Education, Limited.