



MANAGEMENT

7. seminář

Plánování

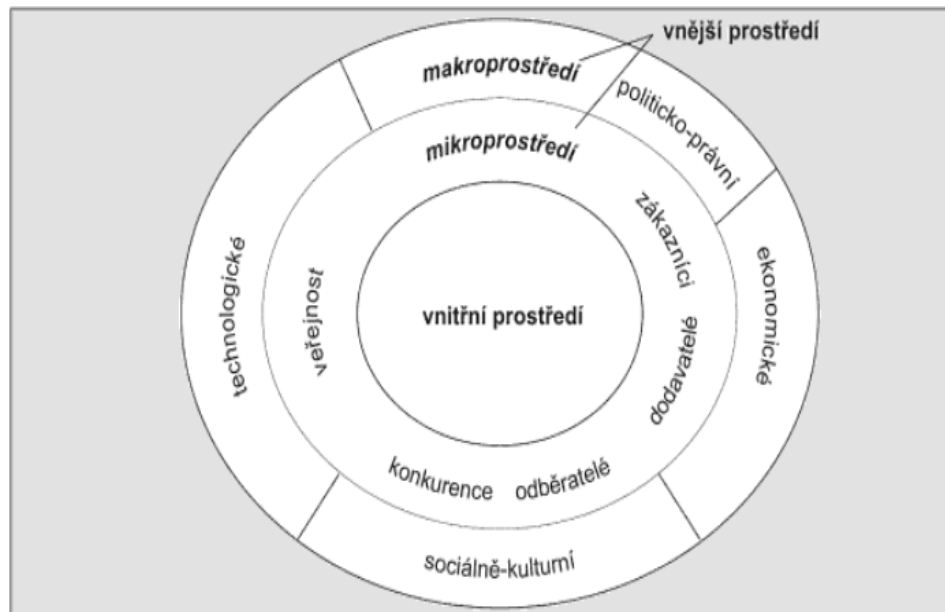
Ing. Helena Marková, Ph.D.

Obsah dnešního semináře

- Opakování – organizace, organigram
- Co je plánování
- Mise, vize
- Cíle SMART
- Příklady

Teorie o organizování

Jak organizace funguje a jak ovlivňuje a je ovlivňována prostředím, ve kterém se nachází.



Organizování, organizační struktury, diagramu a design organizační struktury

Organizování – uspořádání a organizování práce lidí za účelem dosažení cílů organizace.

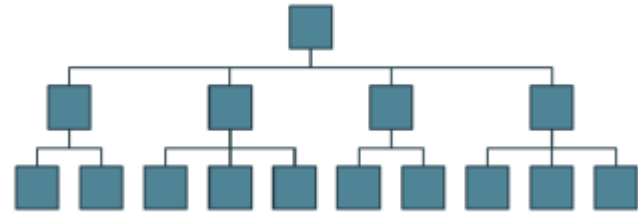
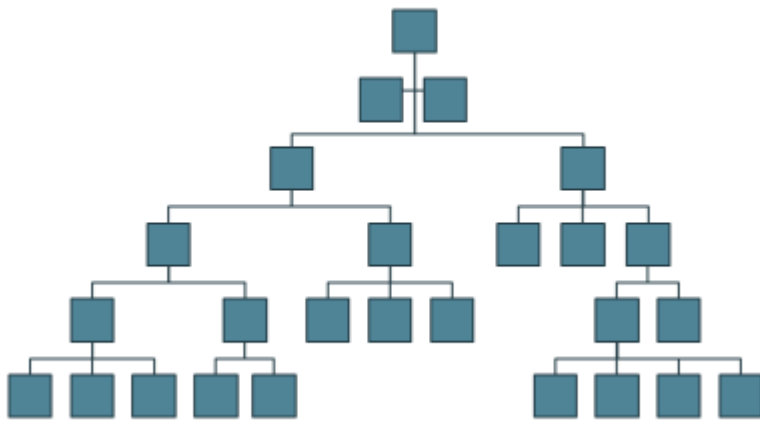
Organizační struktura – formální uspořádání pracovních míst v podniku a vymezení vzájemných organizačních vztahů (vazeb) mezi nimi.

Organizační diagram (organigram) – vizuální zobrazení organizační struktury – máte ho vytvořit v seminární práci!!!

Design organizační struktury – proces který zahrnuje rozhodnutí dělbě práce, rozpětí řízení, dělba pravomocí

Důležité pojmy

- rozpětí řízení – jaký je optimální počet? na čem záleží?
- stupně řízení – počet, nákladnost, komunikace
- co to je?



- co je centralizace x decentralizace?
- jaké další členění znáš?

Úkol 1 – vytvoř organigram

- firma ze semestrální práce / vymysli si start-up / co tě baví?
- načrtni organigram
- vysvětli: stupně řízení, proč je tato struktura vhodná, centralizované řízení nebo ne?, rozpětí řízení...

Plánování

- proces stanovení cílů, úkolů a strategií organizace nebo podniku a vytvoření plánu k jejich dosažení.
- identifikace potřebných zdrojů, posouzení rizik a příležitostí a stanovení časových harmonogramů a milníků pro dosažení požadovaných výsledků
- je nezbytnou součástí procesu řízení, protože umožňuje organizacím předvídat změny v podnikatelském prostředí a reagovat na ně, přijímat informovaná rozhodnutí a efektivně alokovat zdroje
- efektivní plánování pomáhá organizacím minimalizovat rizika, maximalizovat příležitosti a účinně a efektivně dosahovat svých cílů

Metody identifikace rizik a příležitostí

1. SWOT analýza: strengths, weaknesses, opportunities, and threats
2. Analýza PESTLE: hodnotí politické, ekonomické, sociální, technologické, právní a environmentální faktory, které ovlivňují činnost společnosti.
3. Řízení rizik: identifikace, hodnocení a kontroly potenciálních rizik, která mohou ovlivnit cíle společnosti.
4. Průzkum trhu: potenciální příležitosti a hrozby na trhu.

K čemu to využijeme?

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.
- „Jakou přidanou hodnotu může náš podnik nabídnout trhu?“

Vize podniku

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

Mise a vize - Google

MISSION AND VISION STATEMENT OF Google



Mission Statement

To organize the world's information and make it universally accessible and useful.



Vision Statement

To provide access to the world's information in one click.

Příklady mise

1. **Airbnb:** Patříte kamkoli.
2. **Coca-Cola:** Naše značky a činy osvěžují svět myslí, tělem i duchem a inspirují k optimistickým okamžikům.
3. **Patagonia:** Vytvářet nejlepší výrobky, nezpůsobovat zbytečnou škodu, využívat podnikání k inspiraci a realizovat řešení ekologické krize.
4. **IKEA:** Vytvářet lepší každodenní život pro mnoho lidí.
5. **Starbucks:** Inspirovat a rozvíjet lidského ducha - jednoho člověka, jeden šálek a jedno sousedství za druhým.

Příklady vize

1. **Tesla:** Urychlit přechod světa na udržitelnou energii.
2. **Microsoft:** Umožnit každému člověku a každé organizaci na planetě dosáhnout více.
3. **Amazon:** Být společností na Zemi, která se nejvíce zaměřuje na zákazníky a kde zákazníci mohou najít a objevit vše, co by si mohli chtít koupit online.

Úkol 2 – vize a mise

Najděte misi a vizi výrobce Vašeho mobilního telefonu, případně jiného „oblíbeného“ výrobce.

Jak to na vás působí?

Jak vidíte budoucnost těchto firem na základě vize, kterou deklarují?

Čí je to a co za tím vidíte?

Just Do It

There Is No Finish Line

Unleash Your Potential

Be Like Mike

Význam pro cílování

- Poslání i vize jsou důležité pro řízení strategického plánování a rozhodovacích procesů společnosti.
- Pomáhají definovat účel a směřování společnosti a poskytují rámec pro vypracování cílů, strategií a taktik k dosažení jejích cílů.

SMART cíle

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.

Cíle v běžných situacích

Chci se něco naučit (španělsky, lyžovat, aplikaci, vyřezávat)

Chci někam jet

Chci se v něčem zlepšit

Chci něco napravit

Chci si něco vyrobit

Úkol 3 - Tesla

Případová studie Tesla (pdf soubor)

Pracujte ve skupině.

Pro řešení použijte SMART pravidla pro stanovení cílů podniku.

1. Analyzujte stanovený cíl výroby 5 000 ks za týden použitím pravidel SMART.
2. Jaké důvody ztížily společnosti Tesla dosažení stanoveného cíle vyrobit 5 000 kusů Modelu 3 za týden?
3. Jaké vidíte nevýhody u takových ambiciózních cílů, jaké si stanovila Tesla?
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

**Děkuji vám za pozornost a
přeji příjemný zbytek dne.**

