

# STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ A ŘÍZENÍ

---

PETRA KREJČÍ

# TVORBA MISE, VIZE A CÍLŮ

- Poslání (mise)
  - Dotváří image organizace
  - Jasná, srozumitelná
  - Vystihuje společenskou hodnotu
- Příklad:
  - Poslání firmy Kofola: „*Naše poslání je naše mise. My jsme Kofola. S nadšením usilujeme o to, co je v životě opravdu důležité: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty.*“
  - Poslání společnosti ČEZ: „*Posláním Skupiny ČEZ je zajišťovat bezpečnou, spolehlivou a pozitivní energii zákazníkům i celé společnosti.*“
  - Poslání společnosti The Coca Cola Company: „*Osvěžit svět. Inspirovat okamžiky optimismu a štěstí. Vytvářet hodnotu a odlišnost.*“
- Vize
  - Odpovědět si na otázky: Kam chceme jít? Co chceme pro společnost udělat?
  - Zdroj inspirace a nápadů

# TVORBA MISE, VIZE A CÍLŮ

- Příklad vize
  - Kofola: „Do roku 2017 chceme být československou jedničkou v gastru a impulsu, udržet postavení v retailu a nabídneme naše nápoje ve zdravější podobě. Stejně jako dosud budeme naše produkty vyrábět s co největší péčí a láskou“
  - ČEZ: „Vizí Skupiny ČEZ je přinášet inovace pro řešení energetických potřeb a přispívat k vyšší kvalitě života.“
- Cíl by měl být:
  - Konkrétní a měřitelný
  - SMART:
    - Specifický (S)
    - Měřitelný (M)
    - Akceptovatelný (A)
    - Realistický (R)
    - Terminovaný – časově měřitelný (T)

# ANALÝZY A PROGNÓZY

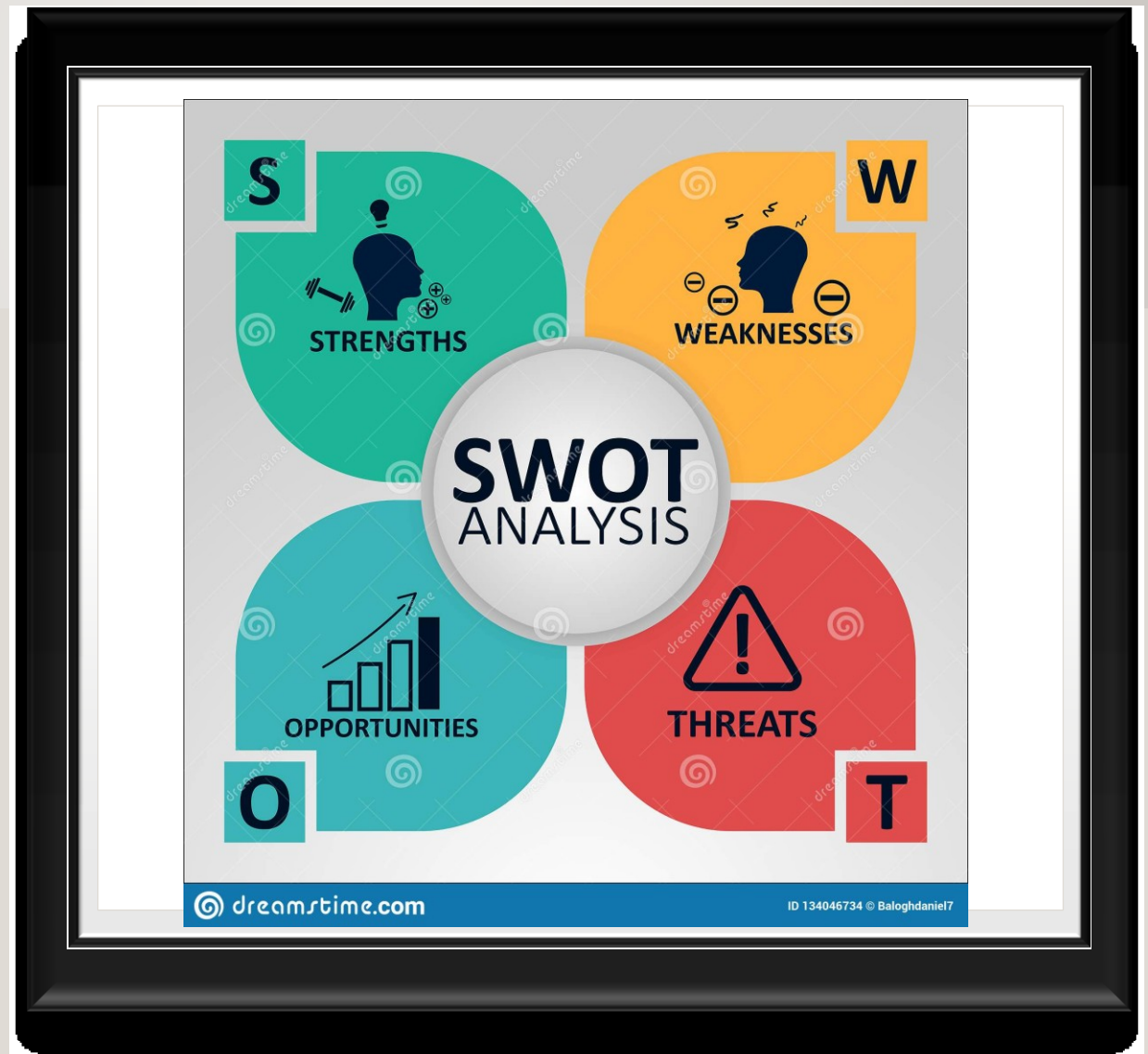
- Hodnocení vnitřního prostředí
  - Kontrolovatelné prvky
  - Silné a slabé stránky
  
- Cyklus přípravy strategie
  - Analýza prostředí
  - Formulace strategie
  - Taktika
  - Operativa – implementace
  - Kontrola

# ANALÝZY A PROGNÓZY

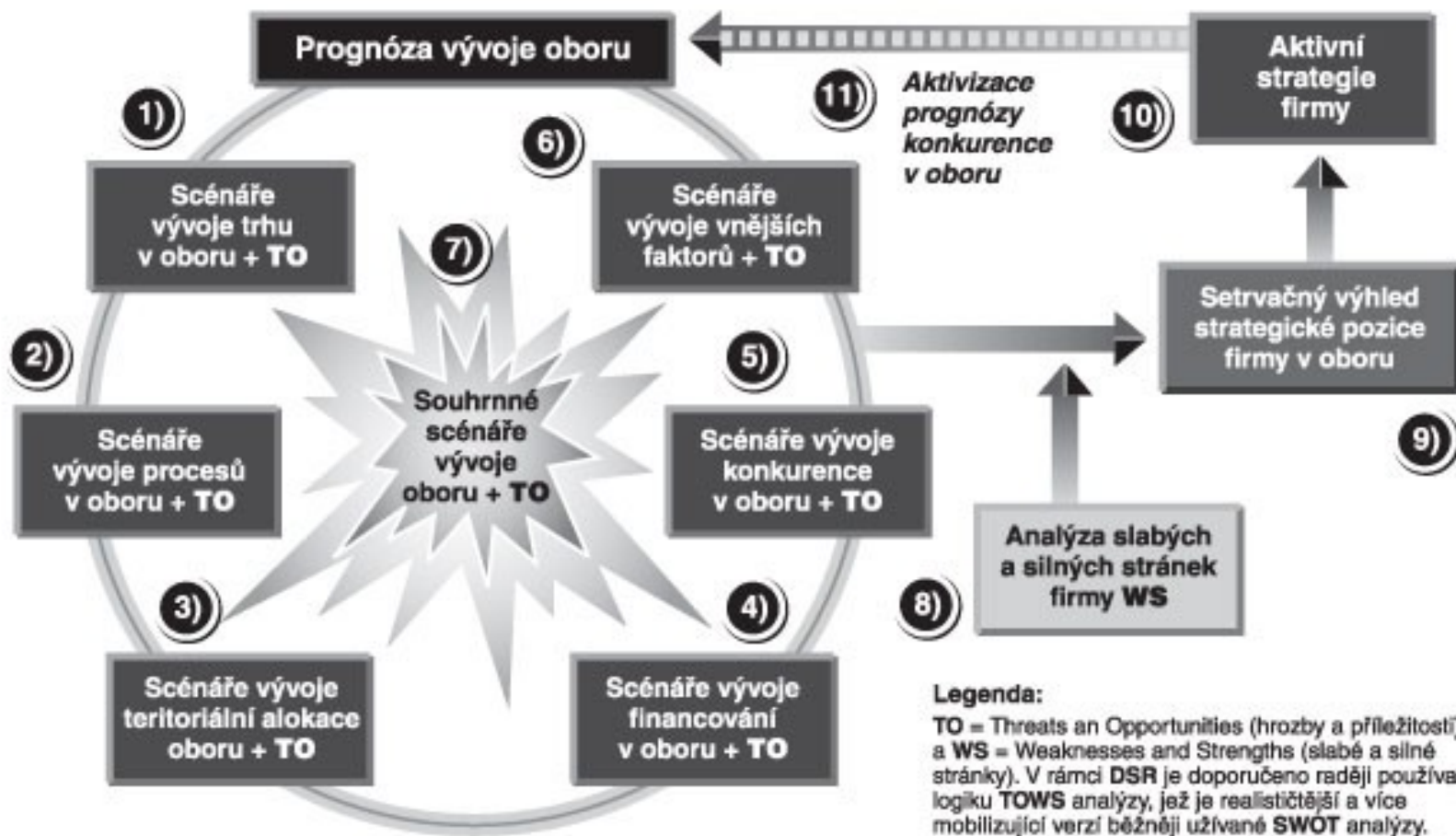
- Hodnocení vnějšího prostředí
  - Nekontrolovatelné prvky
  - Obecné okolí (prostředí demografické, ekonomické, přírodní, technologické, politicko-právní, sociálně-kulturní)
  - Oborové okolí (zákazníci, dodavatelé, konkurence, distributoři a veřejnost)

# ANALÝZY A PROGNÓZY

---



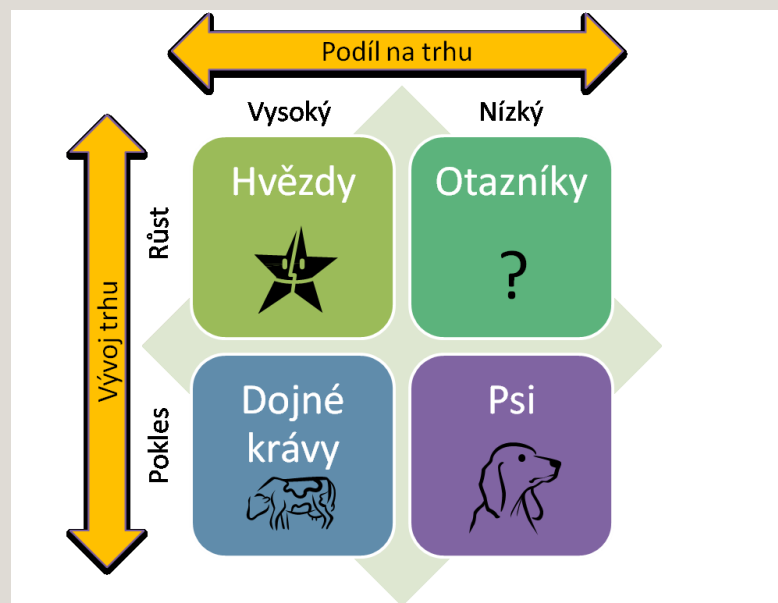
## DYNAMICKÁ STRATEGICKÁ ROZVAHA





# STRATEGIE A JEJÍ KONCEPCE

- Optimalizace portfolia služeb
  - Metoda ABC
    - Produkty A (60 – 80 % příjmů)
    - Produkty B (15 – 20 % příjmů)
    - Produkty C (10 – 15 % příjmů)
  - Metoda BCG
    - Otazníky, Hvězdy,
    - Dojné krávy, Hladoví psi





# STRATEGIE A JEJÍ KONCEPCE

- Formulace strategie
  - Ansoffova matice

Ansoffova matice

T R H Y	existující	<b>Pronikání na trhy</b> rostoucí prodej stávajícím uživatelům, nebo objevení nových zákazníků na stejném trhu	<b>Vývoj produktu/služby</b> =úprava výrobku/služby pokud jde o kvalitu a výkon
	nové	<b>Rozšiřování, rozvoj trhu</b> nabízení nových aplikací výr./služeb a tím otevírání nových trhů, nebo převádění výr./služby na zcela nové trhy	<b>Diverzifikace</b> jak vývoj výrobku/služby, tak i rozšíření trhu
		existující	VÝROBKY nové

# REALIZAČNÍ PLÁN A PROVÁDĚCÍ METODIKA

- Realizační plán
  - Funkce komunikační a koordinační
  - Odpovědnost za naplňování cílů
- Implementace
  - Tvorba programu, zajišťujících opatření, úkoly
  - Plánování v rámci plánu podniku
  - Zabezpečení po stránce finanční atd.

# KONTROL A

- Funkce zpětné vazby
- Sekvence kroků:
  - Plán, úkoly cíle
  - Skutečně vykonaná práce
  - Měření vykonané práce
  - Porovnání s kritérii
  - Identifikace odchylek
  - Analýza příčin odchylek
  - Program nápravných opatření
  - Realizace nápravných opatření

# KONTROL A

- Poslání strategické kontroly
  - Varování před problémy s časovým předstihem
- Zahrnuje:
  - Kontrolu předpokladů
    - Je vnitřní a vnější prostředí v souladu s předpokladem?
  - Kontrolu dílčích výsledků
    - Je daný vývoj žádoucí?  
Realizuje se strategie?
  - Celkový strategický přehled
    - Sledování všech faktorů,  
nalézání rizik a příležitostí
  - Vyvolanou kontrolu
    - Neočekávaná událost, krizové situace

# DĚKUJI ZA POZORNOST

---

