

Strategický záměr

Pan Karel Truber je výrobním manažerem firmy Hotcold, která se zabývá prodejem a instalací klimatizací pro firmy a domácnosti. Firma je v dobré kondici, zaměstnává přes 50 kvalifikovaných pracovníků, má efektivní organizační strukturu moderní IT vybavení. Karel Truber tedy přišel s myšlenkou, že by firma mohla dále expandovat, tzn. rozšířit produktové portfolio o instalaci otopných systémů pro podniky i domácnosti.

Navrhl novou definici mise firmy, a to: „Přinášíme tepelnou pohodu do Vaší práce a Vašeho domova“. Hotcold je akciovou společností, kromě Karla tvoří tříčlenné představenstvo další dva členové včetně předsedy, kteří nejsou jeho myšlenky příliš nakloněni. Předseda představenstva, zodpovědný za rozvoj firmy a finance, jakož i třetí člen, zodpovědný za nákup a personalistiku, argumentují tím, že v regionu je poměrně silná konkurence, rozšíření firmy by znamenalo další investice, bylo by nutné rekvalifikovat některé pracovníky a přijmout nové, což znamená další náklady.

Karel Truber se však nechce své myšlenky na expanzi firmy Hotcold vzdát, rád by viděl Hotcold v dohledné době jako firmu č. 1 v regionu, jeho dalším nápadem je perspektivně nabízet i montáž a údržbu zabezpečovacího zařízení do rodinných domků a bytů.

Rozhodl se proto připravit na příští zasedání představenstva obsáhlý materiál, který by se v případě přijetí stal strategickým plánem rozvoje firmy. Pomozte plán panu Karlovi připravit.

Otázky:

1. Odpovídá zmíněná rozvojová úvaha misi a vizi firmy?
2. Kterou část plánovacího cyklu ve své úvaze pan Karel přeskočil?
3. Co by měl pan Karel ve své plánovací úvaze ještě provést, tak aby se jednalo o plán, který by představil na jednání top managementu?
4. Pripusťme, že výše uvedená rozvojová úvaha by byla přijata jako budoucí cíl firmy. Reformulujte rozvojový úkol tak, aby se jednalo o cíl, formulovaný pomocí pravidla SMART.
5. Zkuste určit hlavní hodnoty společnosti.