

## Případová studie – Vize malé společnosti

Začínající podnikatel v oblasti prodeje zdravého občerstvení se rozhodl vytvořit vhodnou vizi pro své podnikání. Nejprve zvážil, co v oblasti svého podnikání považuje za vítězství, a vyšlo mu, že mít svou restauraci každý den plnou lidí. Následně zvážil, jak tento úspěch měřit, a rozhodl se pro průměrnou denní naplněnost restaurace, míru opakovaných návštěv a spokojenosti zákazníků. Následně svůj vítězný bod zkombinoval s měřítky úspěchu a rozhodl se pro vizi: „Stát se vyhledávanou pražskou restaurací pro lidi se zdravým životním stylem, která bude mít 70 % průměrnou naplněnost, 30 % stálých zákazníků s minimálně 95 % úrovní spokojenosti.“

Klíčem k podnikatelskému úspěchu je rovněž příprava reálného podnikatelského plánu v písemné podobě. Jde o dokument, který by měl popisovat, v jaké fázi se firma či jeho myšlenka nachází, kam se chce v určitém dlouhodobějším horizontu dostat, a cesty, kterými se tam chce ubírat. Současně definuje, kolik peněz či jiných zdrojů bude pro realizaci plánu potřeba. Pro člověka mimo firmu by mělo být po přečtení podnikatelského plánu jasné, co firma dělá, pro koho to dělá a jakým způsobem.

Přestože je potřeba podnikatelského plánu nejčastěji zmiňována v souvislosti s prezentací záměrů investorům, je důležité si uvědomit, že by měl sloužit především podnikateli samotnému. Nejenže mu umožňuje stanovit si přesněji cíle, ale pomůže mu i uvědomit si bariéry plánovaného rozvoje. Při samotné realizaci podnikatelského projektu pak podnikateli pomáhá sledovat rozdíly mezi očekáváním a realitou a vhodným způsobem na ně reagovat.

Otázky:

- 1) Zkuste navrhnout alternativní vizi společnosti.
- 2) Vypracujte pro představenou společnost poslání, které odpovídá jejímu podnikání.
- 3) Jaké zásady by společnost měla dodržovat při svém podnikání.

Zdroj: Srpová J., Řehoř V., 2010, Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů, Grada, Praha, ISBN 978-80-247-3339-5