

**Středisko pro volný čas dětí a mládeže  
v**

---

**STRATEGICKÝ PLÁN**

pro:

období:

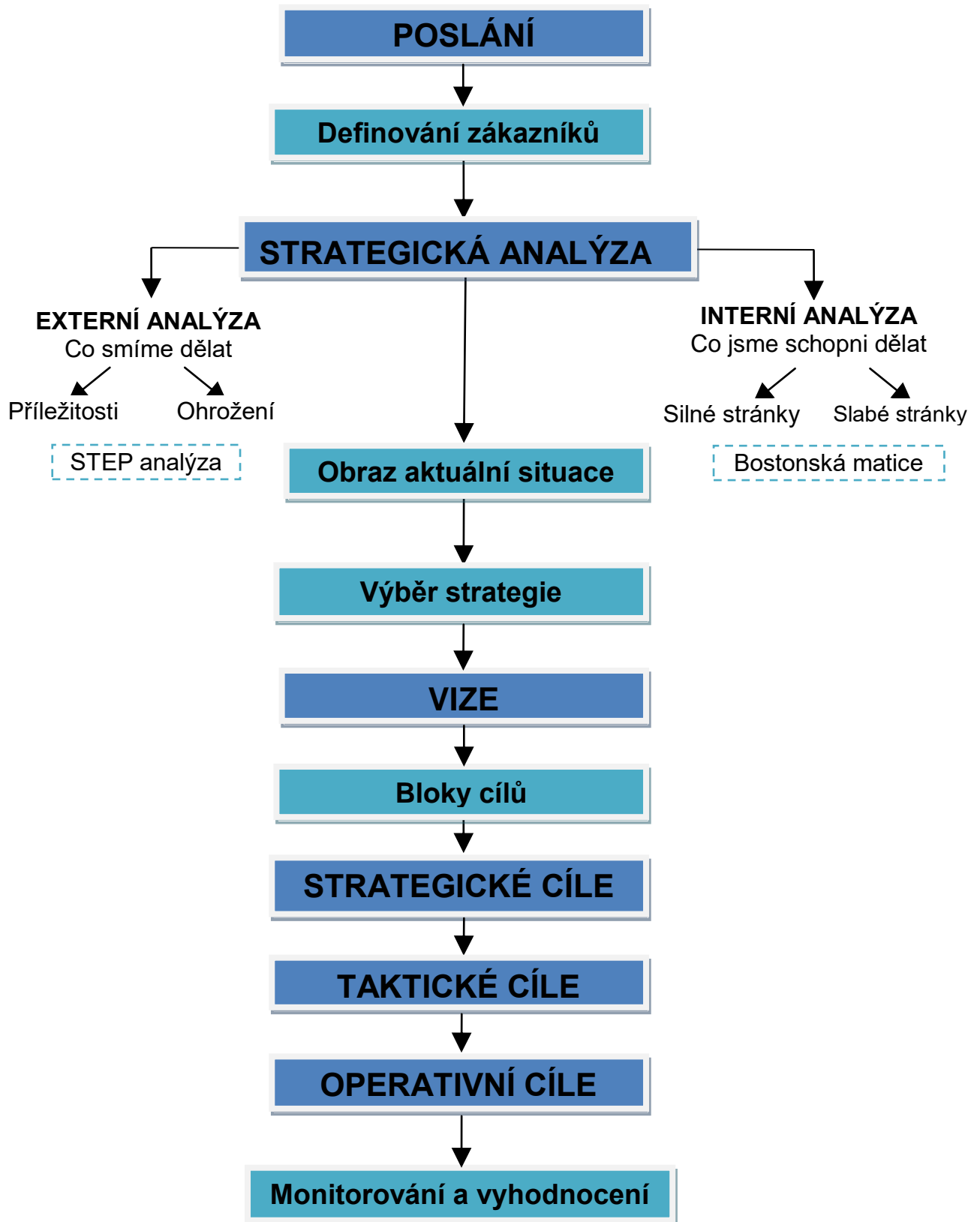
od:

do:

datum:

zpracoval:

# STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ



## **Poslání SVČ**

Kdo jsme

Cílová skupina

Produkty a služby

Působnost organizace

Čeho chceme dosáhnout

**Definice poslání:**

---

Je poslání srozumitelné? Je dlouhé nebo krátké? Obsahuje správná slova a jasné message?

Ujistěte se, že poměr prázdných slov a prázdných slov v poslání není větší než jedna pětina.

## Zákazníci SVČ

Středisko pro volný čas dětí a mládeže musí uspokojit tyto partnery:

Zákazník	Jeho očekávání od SVČ
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

## Analýza vnějšího prostředí

### Analýza trhu

1. Jaké změny na trhu s vašimi službami ovlivní vaše SVČ v následujících letech?

2. Jak budou tyto změny působit na vaše SVČ nebo vaše oddělení?

### Analýza vaší konkurenceschopnosti

1. Jaké výraznější změny konkurence předpokládáte v následujících letech ?

2. Jak budou tyto změny působit na vaše SVČ nebo oddělení?

## STEP FAKTORY

### Sociologické STEP faktory

1. Jak budou změny ve věkové struktuře v budoucnosti působit na vaše SVČ nebo na vaše oddělení?

2. Jaké jiné sociologické STEP faktory budou podle vás působit na vaše SVČ v následujících letech?

3. Důsledek

**Technologické STEP faktory**

1. Jaké technické STEP faktory budou působit na vaše SVČ v následujících několika letech?

2. Důsledek

**Ekonomické STEP faktory**

1. Které ekonomické STEP faktory budou podle vás působit na vaše SVČ v následujících letech?

2. Důsledek

**Politické STEP faktory**

1. Které politické STEP faktory budou podle vašeho názoru působit na vaše SVČ v následujících letech?

2. Důsledek

**Nejdůležitější faktory**

Vaše odpovědi z předchozích analýz použijte jako základ pro výběr nejdůležitější změny z každého KP a STEP faktorů, která bude podle vás mít podle vašeho názoru největší vliv na vaši organizaci v následujících letech.

Při každém faktoru se omezte na jednu odpověď:

**Trh**

**Konkurence**

**Sociologický**

**Technologický**

**Ekonomický**

**Politický**

Jaký celkový dopad budou mít tyto měnící se faktory na vaše SVČ nebo na vaše oddělení?

## Analýza SWOT – silné stránky

### Zadání

Do následujících tabulek vepište maximální počet možností týkajících se vašeho SVČ a to v každém okně. Pak vyberte 5 - 10 nejvýznamnějších – opět v každém okně - a obodujte je od 1 – x. Číslo 1 je nejméně významné.

<b><u>Příležitosti</u></b>	<b><u>Hrozby</u></b>
<b><u>Silné stránky</u></b>	<b><u>Slabé stránky</u></b>

Po dokončení analýzy SWOT je vedení SVČ schopno posoudit stávající pozici organizace a provést zásahy, které lépe připraví organizaci na budoucnost. Členové vedení mohou porovnat externí příležitosti a hrozby s interními silnými stránkami a slabými stránkami přiřováním jejich pozic ve všech čtyřech analýzách. Ke znázornění výsledku mohou být použity kvadranty na str.12.

## ANALÝZA INTERNÍCH FAKTORŮ

### Analýza silných stránek

Po vlastní brainstormingové diskusi máme mnoho námětů, projektů, faktorů..., se kterými je třeba dále pracovat ve vyhodnocovací fázi. K tomu může sloužit mřížka dopadu a uskutečnitelnosti:

Mřížka dopadu a uskutečnitelnosti

Zadání:

Proberte jeden faktor po druhém a zařaďte jednotlivé faktory do následující mřížky.

Dopad ↑	Vysoká			
	Střední			
	Malá			
		Malý	Střední	Vysoký
		<b>Výskyt v organizaci</b>		



## Analýza slabých stránek

Mřížka dopadu a uskutečnitelnosti

Zadání:

Proberte jeden faktor po druhém a zařaďte jednotlivé faktory do následující mřížky.

Dopad ↑	Vysoká			
	Střední			
	Malá			
		Malý	Střední	Vysoký
		Výskyt v organizaci →		

### Dopad:

Pravděpodobný vliv daného faktoru na úspěch SVČ (oboru) jako celku.

### Uskutečnitelnost:

Připravenost organizace realizovat určitý faktor – finanční zázemí, lidské a materiální zdroje...

## ANALÝZA EXTERNÍCH FAKTORŮ

### Analýza příležitostí

Příležitosti, které byly identifikovány v analýze SWOT, je nutné popsat z pohledu jejich významu pro rozvoj SVČ a z pohledu možnosti uskutečnit tyto příležitosti. Pomocí následující tabulky je možné roztrdit příležitosti na realizovatelné a nerealizovatelné nebo na dlouhodobé vize a krátkodobé cíle...

Příležitosti	Váha	Připravenost SVČ	Vážené skóre	Pořadí	Poznámka

### Strategické faktory:

Seznam 8 – 10 důležitých příležitostí, které se týkají SVČ.

**Váha:** Přiznaná důležitost ke každému faktoru od 1 do 3 (5), založená na pravděpodobném vlivu daného faktoru na úspěch SVČ (oboru) jako celku.

**Připravenost SVČ:** Výsledky zkoumání určité firmy uvnitř oboru. Každé hodnocení je soudem o tom, jak úspěšně se daná firma vypořádala s jednotlivými faktory.

*Použitá škála:*

- 5 vynikající
- 4 nad průměrem
- 3 průměr
- 2 pod průměrem
- 1 chabý

**Vážené skóre:** Násobek váhy každého faktoru (sloupec 2) a jeho připravenost (sloupec 3) pro organizaci

**Analýza rizik**

Hrozby, které byly identifikovány v analýze SWOT, je nutné popsat z pohledu jejich vzniku a pohledu na SVČ (oddělení). Tyto dva pohledy mohou být zobrazeny pomocí matice ohrožení.

**Matice ohrožení**

<b>Pravděpodobnost vzniku</b>	Velká			
	Střední			
	Malá			
		Negativní	Ohrožující existenci	Zničující
		<b>Účinky na organizaci</b>		

**MUNDIAL – porovnání silných stránek se slabými stránkami**


**POŘADÍ**

<b>1.</b>			<b>8.</b>		
<b>2.</b>			<b>9.</b>		
<b>3.</b>			<b>10.</b>		
<b>4.</b>			<b>11.</b>		
<b>5.</b>			<b>12.</b>		
<b>6.</b>			<b>13.</b>		
<b>7.</b>			<b>14.</b>		

**Vítěz:**

**MUNDIAL – porovnání příležitostí s hrozbami**


**POŘADÍ**

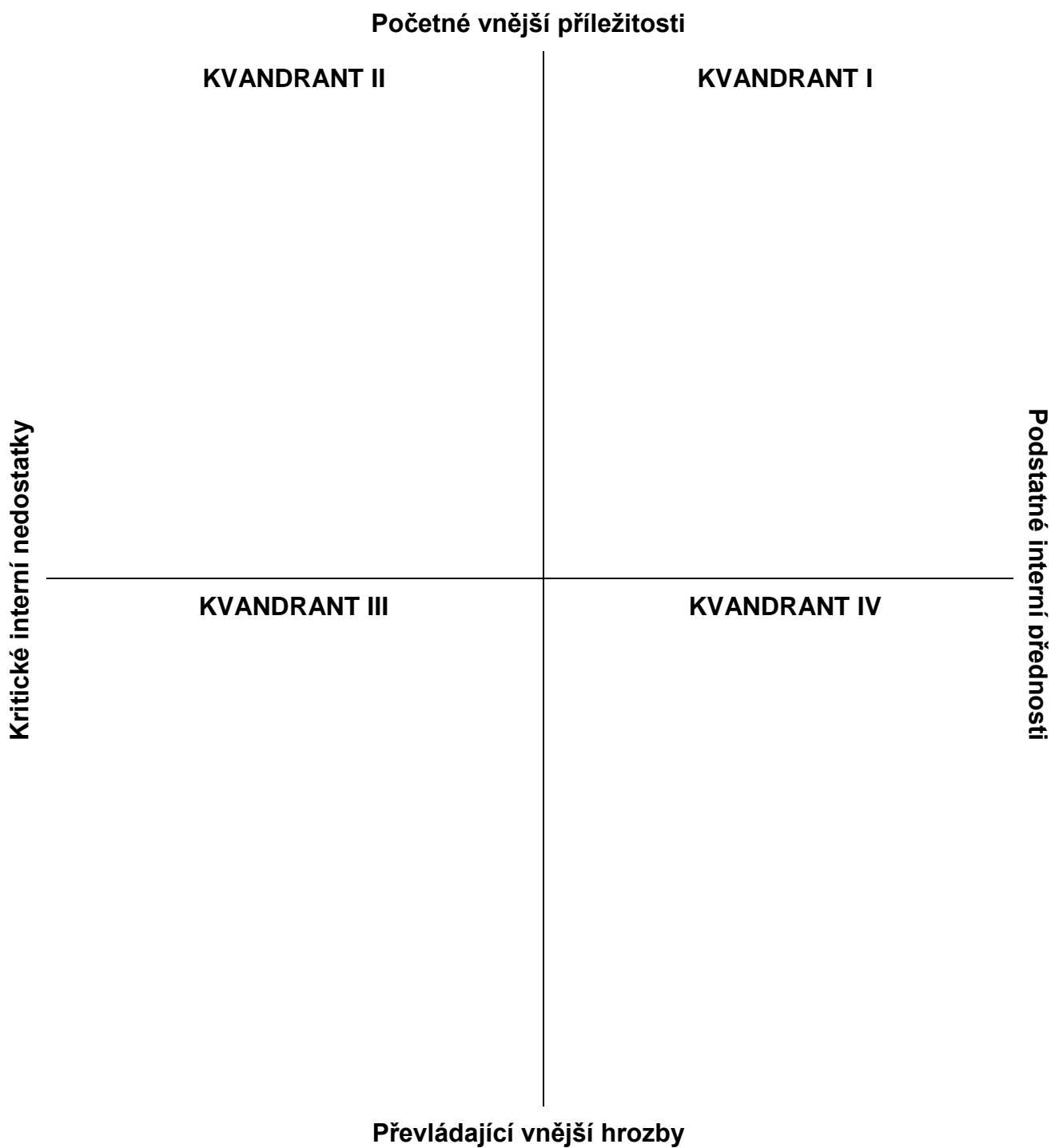
<b>1.</b>			<b>8.</b>		
<b>2.</b>			<b>9.</b>		
<b>3.</b>			<b>10.</b>		
<b>4.</b>			<b>11.</b>		
<b>5.</b>			<b>12.</b>		
<b>6.</b>			<b>13.</b>		
<b>7.</b>			<b>14.</b>		

**Vítěz:**

## Matice SWOT - strategické alternativy

Cílů organizace může být dosaženo různými způsoby. Z následujících alternativ lze zvolit řada strategických alternativ. Při jejich volbě může posloužit analýza SWOT.

Zadání:



**VIZE SVČ**

- Expanze
- Omezení
- Stabilizace (udržení)
- Kombinace

Zaměření na zákazníka

Zaměření na zdroje

Zaměření na finanční ukazatele

Zaměření na Interní procesy

Zaměření na inovace, učení se a rozvoj produktů

---

**Definice vize:**

## **PRIORITNÍ OBLASTI**

**1. Pedagogické činnost**

**2. Pracovníci (interní, externí, dobrovolní)**

**3. Marketing, public relations**

**4. Fungování organizace (procesy)**

**5. Finance**



## **BLOKY CÍLŮ STRATEGICKÉ CÍLE**

Strategické dlouhodobé cíle, kterých chce SVČ dosáhnout během několika let  
Taktické střednědobé cíle

### **1. PEDAGOGICKÉ ČINNOSTI**

#### **1.1**

##### **1.1.1**

##### **1.1.2**

##### **1.1.3**

#### **Měřitelnost / indikátory**

#### **1.2**

#### **1.3**

### **2. PRACOVNÍCI (interní, externí, dobrovolní)**

#### **2.1**

#### **2.2**

#### **2.3**

### **3. MARKETING, PUBLIC RELATIONS**

#### **3.1**

#### **3.2**

#### **3.3**

### **4. FUNGOVÁNÍ ORGANIZACE (PROCESY)**

#### **4.1**

#### **4.2**

#### **4.3**

### **5. EKONOMIKA**

#### **5.1**

#### **5.2**

#### **5.3**

**METODA QFD**  
**Quality Function Deployment**

Metoda QFD slouží k porovnání požadavků a představ zákazníků a cílů organizace:

Požadavky zákazníků	Strategické cíle													
	Váha													
Součet sloupců														
Součet sloupců (x váha)														

Pořadí

**LOGICKÝ RÁMEC PROBLÉMU**

Dlouhodobý cíl:

	LOGICKÉ KROKY	OBJEKTIVNĚ OVĚŘITELNÉ UKAZATELE ÚSPĚCHU	ZDROJE A PROSTŘEDKY PRO OVĚŘENÍ	PŘEDPOKLADY (RIZIKA)
CELKOVÉ CÍLE				
ÚČEL PROJEKTU				
OČEKÁVANÉ VÝSLEDKY				
ČINNOSTI				

## **Poznámky:**