
STRATEŠKI PLAN RAZVOJA

M.E.P. d.o.o.
2016.-2020.



M.E.P.

Sadržaj

1. Uvod.....	3
2. Polazišni dokumenti za izradu Strateškog plana.....	4
3. Opis poduzeća.....	5
3.1. O poduzeću.....	5
3.2. Misija, vizija, vrijednosti.....	7
4. Ciljevi.....	8
5. SWOT analiza.....	9
6. Razrada strateških područja.....	10
6.1. Strateško područje 1: Unaprijeđenje i zagovaranje razvoja hrvatskog nakladništva, izdavaštva i distribucije.....	10
6.2. Strateško područje 2: Modernizacija poduzeća.....	10
6.3. Strateško područje 3: Unaprijeđenje poslovanja.....	11
6.4. Strateško područje 4: Reorganizacija i razvoj ljudskih resura.....	11
6.5. Strateško područje 5: Unaprijeđenje i zagovaranje razvoja hrvatske kulture.....	11
7. Monitoring i evaluacija.....	12

1. UVOD

Poduzeće M.E.P. d.o.o. izradilo je ovaj strateški plan razvoja za razdoblje od pet godina s ciljem određivanja jasnih smjernica razvoja koje uzimaju u obzir aktualna društvena, gospodarska i kulturna kretanja na nacionalnoj, europskoj i globalnoj razini. Ovaj se strateški plan odnosi na razdoblje 2016.-2020. godine i sadrži prikaz ciljeva i aktivnosti putem kojih se M.E.P. želi pozicionirati kao nacionalni i regionalni lider u izdavaštvu, distribuciji i prodaji kada je riječ o stručnoj, poslovnoj i znanstvenoj literaturi na hrvatskom i engleskom jeziku. Strateško planiranje za razdoblje 2016.-2020. godine uključivalo je dvodnevnu radionicu strateškog planiranja u koju su aktivno bilo uključeni zaposlenici M.E.P. d.o.o.-a: Goran Tudor, Ana Tudor i Dijana Tuk.

S obzirom na trenutne izazove stavljene pred hrvatsko izdavaštvo, nakladništvo i kulturu, Strateški plan 2016.-2020. poduzeća naglasak stavlja na unaprjeđenje vlastitog razvojnog, distribucijskog i kulturnog potencijala koje doprinosi razvoju Republike Hrvatske, ali i Europske unije.

Kao i u svojem dosadašnjem, dvadesetšestogodišnjem radu, M.E.P. se zalaže za tržišni sustav vođen načelom humanosti, pravednosti i unapređenja kvalitete, koji promiče društveno odgovorno poslovanje, toleranciju, solidarnost i inkluzivnost svih društvenih skupina. Nadalje, M.E.P. potiče cjeloživotno učenje te nastoji odgovarati potrebama pojedinaca i društva te razvoju Hrvatske u kontekstu Europske unije. Svoje će ciljeve M.E.P. ostvarivati transparentnim poslovanjem i tržišnim natjecanjem, pružanjem stručne podrške različitim društvenim dionicima, institucijama i poduzećima, kao i umrežavanjem domaćih i međunarodnih stručnjaka.

Kao što je vidljivo, na samom početku ovog strateškog plana nalazi se vizija i misija M.E.P.-a te vrijednosti za koje se poduzeće zalaže. Nakon toga, donijet je prikaz osnovnih strateških ciljeva te SWOT analiza. Kako bi se osiguralo ispunjavanje navedenih ciljeva, ovaj strateški plan sadrži i planove za jačanje organizacijskih kapaciteta i organizacijski razvoj tijekom strateškog razdoblja, odnosno ulaganje u ljudske resurse te nova zapošljavanja. Izrazi koji se koriste u ovom strateškom planu, a koji imaju rodno značenje, bez obzira na to jesu li korišteni u muškom ili ženskom rodu, obuhvaćaju na jednak način muški i ženski rod.

Strateški plan razvoja poduzeća M.E.P. d.o.o. za razdoblje 2016.-2020. godine donijet je i usvojen od strane Upravnog odbora poduzeća.

2. POLAZIŠNI DOKUMENTI ZA IZRADU STRATEŠKOG PLANA

- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva
<https://www.zakon.hr/z/527/Zakon-o-poticanju-razvoja-malog-gospodarstva>
- Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020.
<http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategy-HR-Final.pdf>
- Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige
<http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/novosti/SPORAZUM%20O%20JEDINSTVENOJ%20CIJENI%20KNJIGE.pdf>
- Nacionalna strategija poticanja čitanja 2015.-2020.
[http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/JAVNA%20RASPRAVA/M%20C5%A0%20%20PRIJEDLOG%20NSP%C4%8C%20-%20prije%20slanja%20na%20javnu%20raspravu%20-%20kopija%2022%204%202015%20%20\(2\).pdf](http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/JAVNA%20RASPRAVA/M%20C5%A0%20%20PRIJEDLOG%20NSP%C4%8C%20-%20prije%20slanja%20na%20javnu%20raspravu%20-%20kopija%2022%204%202015%20%20(2).pdf)
- Strategija kulturnog razvoja Zagrebačke županije
https://www.zagrebacka-zupanija.hr/media/filer_public/ab/01/ab01dbff-5662-4c7f-8ff1-cc905634f081/kultura697_final1.pdf
- Zakon o financiranju javnih potreba u kulturi
<https://www.zakon.hr/z/539/Zakon-o-financiranju-javnih-potreba-u-kulturi>
- Zakon o državnim potporama
<https://www.zakon.hr/z/464/Zakon-o-dr%5%BEavnim-potporama>
- Zakon o ravnopravnosti spolova
<https://www.zakon.hr/z/388/Zakon-o-ravnopravnosti-spolova>
- Zakon o suzbijanju diskriminacije
<https://www.zakon.hr/z/490/Zakon-o-suzbijanju-diskriminacije>
- Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast EUROPA 2020.
http://www.strukturfondovi.hr/UserDocImages/Documents/Strukturalni%20fondovi%202014.%20%E2%80%93%202020/eu_hr.pdf

3. OPIS PODUZEĆA

3.1. O poduzeću

Osnivanje

Poduzeće M.E.P. d.o.o. jedina je specijalizirana tvrtka za distribuciju stručne, poslovne i znanstvene literature u Republici Hrvatskoj, osnovana 1991. godine, u čijem je vlasništvu najveća poslovna knjižara u području jugoistočne Europe. Osnivač poduzeća je Goran Tudor, poduzetnik, menadžer, autor i predavač. Sjedište poduzeća nalazi se u gradu Zagrebu te je posebno angažirano u provođenju distribucijskih, nakladničkih, prodajnih i aktivnosti društvene odgovornosti. Ustrojeno je kao malo trgovačko društvo, a predstavlja ga i zastupa direktor, Maja Tudor. M.E.P. je poduzeće s dugogodišnjim iskustvom, stabilnim poslovanjem i tradicijom specijalizirano za razvoj pojedinaca u poslovanju.

Oblik organiziranja

Poduzeće M.E.P. d.o.o. organizirano je kao privatna tvrtka koja, sukladno zakonima, izdaje, prodaje i distribuira stručnu i poslovnu literaturu u području ekonomije, poduzetništva, financija, psihologije, osobnog razvoja i komunikacija. Unutar poduzeća djeluju sljedeće sastavnice:

- M.E.P. Hrvatski centar poslovne knjige
- M.E.P. Centar poslovnog nakladništva
- M.E.P. Centar poslovne edukacije
- M.E.P. Centar društvenih projekata.

Upravljačka struktura

Poduzećem upravlja upravni odbor poduzeća. Upravni odbor poduzeća vodi njegovo poslovanje, a ujedno ga zastupa i predstavlja. Također, aktivno je uključen u sazivanje sjednica, predlaganje i donošenje odluka, te provođenje ostalih aktivnosti. Važnu ulogu, dakle, obavljaju sljedeće osobe:

- Direktor: Maja Tudor
- Prokurist: Goran Tudor
- Direktor prodaje: Ana Tudor
- Komercijalist: Dijana Tuk.

Tržišna i društvena uloga i pozicija poduzeća; iskustvo, značaj i projekti

M.E.P. d.o.o. je tijekom stabilnog dvadesetšestogodišnjeg poslovanja i angažmana u društvu ostvario tržišni ugled kao:

1. Vodeća tvrtka u ponudi i distribuciji poslovne, stručne i znanstvene literature u Hrvatskoj što vrši sa svoje lokacije u Zagrebu, Ulica grada Vukovara 226G, i putem portala www.manager.hr.
2. Iskusni partner u usavršavanju menadžerskih timova u tvrtkama (in-house) iz desetak poslovnih umijeća i vještina (menadžment, rukovođenje, društveno odgovorno poslovanje, razvoj tima, upravljanje ciljevima, poslovno pregovaranje, itd.)
3. Promotor i edukator na području društveno odgovornog poslovanja te pokretač portala Odgovorno.hr, odnosno poslovne inicijative za afirmaciju društvene odgovornosti i održivog razvoja – DOP Dobra Hrvatska.
4. Jedna od vodećih tvrtki u RH u pogledu nakladništva za poslovni sektor, što dokazuje negdašnjim tiskanjem od 6 do 10 novih naslova svake godine. Danas, zbog poznate krize, vanjskih čimbenika koji se odnose na kupnju knjige i ograničenosti svojih sposobnosti, od 3 do 5 naslova godišnje – upravo je cilj povećati ovu stavku.

5. Vodeća tvrtka po kvalitetnoj ponudi vrijedne knjige kao darovnog programa; svake godine u studenom nudi se popularna edukativna knjiga-godišnjak "Učinkoviti menadžer" (čak 14.000 čitatelja), te niz biranih naslova poslovne literature i lijepe književnosti.

6. Pouzdani partner referentnoj engleskoj tvrtci za povezivanje i odlazak zaposlenih, studenata, menadžera i dužnosnika na usavršavanje engleskog jezika u Englesku (program: tailor made).

Suradujući s više stotina aktera tijekom 26 godina, M.E.P d.o.o. ostvario je značajan gospodarski, društveni i kulturni utjecaj u Republici Hrvatskoj koji planira nastavljati razvijati i u predstojećem razdoblju.

Poduzeće M.E.P. do.o. stabilno posluje od svojega začetka te kontinuirano ostvaruje dovoljne i stabilne izvore financiranja. Naime, distributivni kanali poduzeća su:

- web trgovina i newsletter,
- M.E.P. knjižara,
- suradnja s cca sto malih, srednjih do najvećih velikih hrvatskih poduzeća,
- gradske i narodne knjižnice u RH,
- obrazovne ustanove s naglaskom na: dječji vrtići, veleučilišta, škole, fakulteti,
- organizatori različitih tipova edukacija,
- stalna komunikacija i suradnja s poduzećima i ustanovama iz Bosne i Hercegovine.

U web trgovini poduzeća nalazi se otprilike 1300 naslova, dok se u prostoru knjižare nalazi oko 700 biranih naslova za stručni i osobni razvoj. Svoje stabilne izvore financiranja poduzeće dokazuje činjenicom kako već 26 godina redovito ostvaruje pozitivno poslovanje – prodajom 6.000 do 8.000 knjiga godišnje, do 10.000 primjeraka Učinkovitog menadžera godišnje te oko 1.000 primjeraka Radne mape. Poduzeće posluje sa 130 direktnih dobavljača i 95 dobavljača u komisiji.

M.E.P.-ovi brandovi

M.E.P. u svojoj ponudi ima sve poslovne naslove koje su tiskani na hrvatskom jeziku te godišnje izdaje pet do deset vlastitih naslova – riječ je o vrlo traženim naslovima s nakladničkim geslom „MI PROIZVODIMO HITOVE!“ Autori koje je M.E.P. imao i ima priliku objavljivati čuveni su gurui, hit majstori, istaknuti stručnjaci i praktičari: inozemni - Peter Drucker, Lee Iacocca, Ichak Adizes, Richard Danny, Michael Amrstrong, Philip Kotler, Anton Hauc; domaći - Velimir Srića, Goran Tudor, Majda Rijavec, Zvonimir Pavlek, Branko Parać, Darko Iveković, i brojni drugi. U svojem nakladničkom radu M.E.P je postavio hrvatsku kulturu u europski kontekst brojnim prijevodima te promicanjem interkulturnog dijaloga.

M.E.P. u svojem sastavu ima i **Hrvatski centar poslovne knjige** – prvu hrvatsku poslovnu knjižaru koja predstavlja središnje mjesto prikupljanja, izlaganja, prodaje i distribucije naslova stalnih dobavljača poduzeća. Knjižara je otvorena za posjete svakim radnim danom od 8 do 16 sati gdje svi zainteresirani mogu doći pogledati knjige, konzultirati se sa zaposlenicima te uz njihovu pomoć odabrati knjigu za sebe ili za druge. HCPK je najveća poslovna knjižara u jugoistočnoj Europi, jedina u regiji.

Kako je ranije spomenuto, M.E.P.-ovi prepoznatljivi brendovi su: knjiga-godišnjak **UČINKOVITI MENADŽER**, uvijek na 174 stranica, te M.E.P.-ov **POSLOVNI PLANER**.

Učinkoviti menadžer je knjiga-godišnjak koja kontinuirano izlazi već dvadeset i četiri godine, a povjerenje mu je pružila publika od više od 1400 čitatelja. Riječ je o jedinstvenoj knjizi – godišnjaku u čijem stvaranju

redovito sudjeluje više od 45 autora te koja najdosljednije u nas afirmira društvenu odgovornost i univerzalne civilizacijske vrijednosti. Trajno afirmirajući DOP, M.E.P. u svojoj uspješnici, knjizi-godišnjaku Učinkoviti menadžer, prepoznaje, ističe i educira javnost. U Učinkovitom menadžeru iz 2013. godine uočeno je 10 dobrih hrvatskih primjera pod geslom „Dobra Hrvatska“. U Učinkovitom menadžeru iz 2014. godine dobre su priče obuhvatile još 14 primjera. I tako stalno, svake se godine u javnosti širi vijest o dobrim poduzećima, bez da to M.E.P. naplaćuje.

Poduzeće je pokretač je i nositelj inicijative Dobra Hrvatska te portala www.odgovorno.hr. Misija poslovne inicijative je doprinosenje bržem i širem razvoju društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj organiziranim i zajedničkim djelovanjem hrvatskih poslovnih subjekata, jednako unapređenjem aktivnosti u tvrtkama, kao i osvješćivanjem široke poslovne i opće javnosti za DOP i održivi razvoj.

M.E.P. d.o.o. dobitnik je vrijednih priznanja:

1. Nagrada za društveno odgovorno poslovanje Hrvatske udruge poslodavaca 2016., i to za sveukupno odgovorno djelovanje, a posebno za projekt Učinkoviti menadžer.
2. Godišnja povelja za kvalitetu Hrvatskog društva kvalitete, 2008., i to za trajno djelovanje na planu edukacije javnosti.

3.2. Misija, vizija, vrijednosti

Vizija

Postati nacionalni i regionalni lider u izdavaštvu, distribuciji i prodaji kada je riječ o stručnoj, poslovnoj i znanstvenoj literaturi na hrvatskom i engleskom jeziku.

Misija

Učiniti određena znanja i informacije o upravljanju tvrtkama i osobnom profesionalnom razvoju svakome lako dostupnim i to brzo, ugodno te troškovno prihvatljivo.

Vrijednosti

U svojem djelovanju i kroz svoj rad M.E.P. afirmira i zagovara filozofiju stalnog napretka, cjeloživotnog učenja, timskog rada, tijesne suradnje izvršilaca i rukovoditelja, zdravog života na poslu, skladnog suživota s prirodom, demokratskih odnosa i humanosti na poslu te neizgaranja na poslu. M.E.P. je istaknuti promotor i edukator društveno odgovornog poslovanja te je poznat po vlastitim, višegodišnjim projektima koji su usmjereni na djelovanje prema zajednici.

M.E.P. se u svojem djelovanju rukovodi sljedećim načelima i vrijednostima:

1. Fer i prijateljski poslovni odnos što poduzeću osigurava dugogodišnje poslovanje, dobre odnose s partnerima i klijentima.
2. Stabilnost i pouzdanost, principijelnost.
3. Društveno odgovorno poslovanje – prema zaposlenima, zajednici, klijentima, društvu, prirodi.
4. Kreativnost i inovativnost.

4. CILJEVI

1. Unaprijeđivati i zagovarati razvoj hrvatskog nakladništva i izdavaštva u skladu s potrebama pojedinaca i društva, uzevši u obzir europski kontekst i globalna kretanja.
2. Osigurati veću dostupnost te stabilizirati izgradnju cjelovitog sustava koji omogućava povećanje pristupa javnosti stručnoj, poslovnoj i znanstvenoj literaturi.
3. Poticati suradnju, umrežavanje, dijalog i razmjenu najboljih praksi između akademskog, poslovnog i civilnog sektora na nacionalnoj i međunarodnoj razini kada je riječ o unaprijeđenju izdavaštva, nakladništva i distribucije i kulture, odnosno, povećanje suradnje poduzeća s poslovnim, akademskim i gospodarskim sektorom.
4. Modernizacija i poboljšanje poslovanja poduzeća kroz kupnju potrebne tehničke i uredske opreme.
5. Uspostavljanje vidljivosti poduzeća kroz sustavna prodajno-promotivna događanja.
6. Uspostavljanje vidljivosti poduzeća na online platformama putem podugovaranja usluga digitalnog marketinga.
7. Uspostavljanje kritične mase javnosti među kojoj će se povećati interes za čitanjem i kritičkim razmišljanjem.
8. Dugoročno poboljšanje poslovanja poduzeća u svim segmentima.
9. Reorganizacija i zapošljavanje četiri nova djelatnika/ca u strateškom razdoblju.
10. Aktivno stvaranje i promicanje hrvatske kulture: iniciranje novih kulturnih i gospodarskih projekata.

5. SWOT ANALIZA

- Financijska stabilnost i održivost
- Različiti i redoviti izvori prihoda
- Uredno financijsko poslovanje
- Visokoobrazovni profesionalni kadar
- Izvrsna reputacija na nacionalnoj razini
- Dobra informatička pismenost
- Motiviranost i entuzijizam zaposlenika
- Politička neovisnost
- Iskustvo u provođenju različitih tipova projekata i edukacija
- Prepoznatljivost poduzeća kao pouzdanog partnera
- Motiviranost cijelog tima za kontinuirano educiranje, razvoj poslovanja, suradnje i prenošenje znanja

SNAGE

- Nedovoljno financiranje rada i projekata poduzeća iz nacionalnih natječaja
- Nedovoljno financiranje rada i projekata poduzeća iz EU fondova
- Nedostatna i zastarjela tehnička oprema
- Tehnički nedostaci koji usporavaju rad
- Nedostatno uključivanje u međunarodne mreže
- Nedostatak online i offline promidžbe
- Nedovoljna angažiranost u razvoju hrvatske kulture
- Premalen broj zaposlenika
- Nedostatni kapaciteti za uključivanje različitih tipova honorarnih suradnika

SLABOSTI

- Nema ozbiljne izravne konkurencije na nacionalnoj i regionalnoj razini
- Dobra suradnja sa izrazito velikim brojem dobavljača i partnera
- Stabilno poslovanje
- Sjedište poduzeća u glavnome gradu
- Ulaganje u društveno odgovorno poslovanje
- Razmjena iskustava s drugim poduzećima i organizacijama
- Otvoreni fondovi za financiranja i ulaganja
- Mogućnosti za širenje proizvoda i usluga na nova tržišta
- Potreba za novim zapošljavanjima
- Oporavak gospodarske situacije

PRILIKE

- Smanjenje financijske stabilnosti
- Neispravna percepcija ključnih kupaca i potrošača
- Neispravna percepcija javnosti i poduzeća o društveno odgovornom poslovanju
- Postojanje neizravne konkurencije
- Produbljenje krize u državi
- Ukidanje određenih nacionalnih i europskih fondova
- Pad interesa za knjigom, čitanjem i cjeloživotnim obrazovanjem

PRIJETNJE

6. RAZRADA STRATEŠKIH PODRUČJA

6.1. Strateško područje 1: Unaprijeđivati i zagovarati razvoj hrvatskog nakladništva, izdavaštva i distribucije u skladu s potrebama pojedinaca i društva, uzevši u obzir europski kontekst i globalna kretanja.

1. Osigurati veću dostupnost te stabilizirati izgradnju cjelovitog sustava koji omogućava povećanje pristupa javnosti stručnoj, poslovnoj i znanstvenoj literaturi.

- Pratiti trendove koji utječu na unaprijeđenje i razvoj hrvatskog nakladništva, izdavaštva i distribucije.
- Pružati stručnu pomoć i savjetovanje različitim tipovima dionika vezano za odabir literature. Analizirati prepreke u ovome području, pratiti strateške i provedbene dokumente.

2. Poticati suradnju, umrežavanje, dijalog i razmjenu najboljih praksi između akademskog, poslovnog i civilnog sektora na nacionalnoj i međunarodnoj razini kada je riječ o unaprijeđenju izdavaštva, nakladništva i distribucije.

- Poticati javne rasprave kada je riječ o o unaprijeđenju izdavaštva, nakladništva i distribucije.
- Zagovarati transparentni, strateški, solidarni i društveno odgovorni pristup u ovome području.
- Umrežavati se s domaćim i inozemnim stručnjacima s ciljem javnog zagovaranja i preporuka.
- Mapirati ključne aktere za razvoj ovoga područja u međunarodnom prostoru te uspostaviti suradnju.
- Sudjelovati na konferencijama, okruglim stolovima i radnim skupinama.

6.2. Strateško područje 2: Modernizacija poduzeća

1. Modernizacija i poboljšanje poslovanja poduzeća kroz kupnju potrebne tehničke i uredske opreme.

- Modernizacija infrastrukture u maloprodaji, veleprodaji, distribuciji, marketingu, sveukupnome poslovanju poduzeća te kulturnom djelovanju kroz kupnju jednoga laptopa za rad u veleprodaji i marketingu, dva računala i pripadajućih monitora za rad u maloprodaji i veleprodaji, jednoga printera te pomoćne opreme za fiskalnu blagajnu – bar kod čitača i printera računa.
- Osiguranje zaposlenicima ispravnu opremu koja će omogućiti izražajnije prodajne, distributivne i nakladničke aktivnosti, te kasniju prijavu na razvojne projekte, mogućnost kontinuirane suradnje, razmjene iskustava i primjera dobre prakse.

2. Uspostavljanje vidljivosti poduzeća kroz sustavna prodajno-promotivna događanja.

- Organizacija redovitih prodajno-promotivnih događanja koja promoviraju jedinstvena izdanja i autore, barem tri do četiri godišnje.
- Provedba i praćenje uspješnosti održanih događanja.

3. Uspostavljanje vidljivosti poduzeća putem podugovaranja usluga digitalnog marketinga.

- Angažirati specijalizirano poduzeće, odnosno vanjskog honorarnog suradnika odgovornog za online promociju poduzeća, proizvoda, aktivnosti i projekata.
- Provedba i praćenje online oglašavanja i kampanjâ.

6.3. Strateško područje 3: Unaprijeđenje poslovanja

1. Dugoročno poboljšanje poslovanja poduzeća u svim segmentima.

- Definiran plan ulaganja i razvoja gospodarske djelatnosti.
- Kontinuirana provedba i praćenje financijskog plana poduzeća.
- Povećenje prihoda od 50% kroz sljedeće stavke:
 - a) broj prodanih knjiga godišnje: od 10.000 do 12.000
 - b) prosječni broj izdanih naslova: od 5 do 6 novih naslova godišnje
 - c) broj događanja u svrhu promidžbe: tri do četiri godišnje
 - d) broj poduzeća-stalnih klijenata: 250
 - e) broj knjižnica-stalnih klijenata: 140
 - f) broj fakulteta i veleučilišta stalnih klijenata: 50
 - g) broj prodanih knjiga-godišnjaka Učinkoviti menadžer godišnje: 14.000 do 15.000 komada
 - h) broj mjesečnih posjeta mrežnoj stranici po individualnom korisniku: 30.000 osoba.
- Povećanje broja sektora kao ključnih kupaca.
- Izvoz u susjedne zemlje.
- Stvaranje novih proizvoda, potrošača i gospodarske djelatnosti.
- Realizacija novih autorskih prava.
- Prijava na strateški važne nacionalne natječaje i europske fondove.
- Praćenje, evaluacija i monitoring realiziranih nacionalnih i europskih projekata.
- Kontinuiran rad na razvoju partnerskih i suradničkih odnosa s drugim poduzećima te organizacijama drugih vrsta.
- Provođenje zagovaračke politike društveno odgovornog poslovanja.
- Provedba najmanje jednog projekta društveno odgovornog poslovanja godišnje.
- Umrežavanje s ključnim dionicima u području društveno odgovornog poslovanja.

6.4. Strateško područje 4: Reorganizacija i razvoj ljudskih resursa

1. Provedba i praćenje strategije o ljudskim resursima.

2. Zapošljavanje četiri nova djelatnika/ca kao kompetentnog ljudskog kadra u strateškom razdoblju; jedan projekt-menadžer/ica, dva djelatnika/ice na poslovima veleprodaje i marketinga, jedan djelatnik/ca na poslovima terenske prodaje.

3. Angažiranje stručnog suradnika u razvoju digitalnog marketinga.

4. Ulaganje u redovitu edukaciju zaposlenika i programe mobilnosti.

6.5. Strateško područje 5: Unaprijeđenje i zagovaranje razvoja hrvatske kulture

1. Iniciranje novih kulturnih i gospodarskih projekata relevantnih za europski kontekst.

2. Uspostavljanje kritične mase javnosti među kojoj će se povećati interes za čitanjem i kritičkim razmišljanjem.

7. MONITORING I EVALUACIJA

Provedbu Strateškog plana pratit će Upravni odbor poduzeća M.E.P. d.o.o. Monitoring će vršiti putem redovitih mjesečnih sastanaka tima uz praćenje direktora. Evaluacija će se vršiti putem izvještaja i uvida u godišnje financijske izvještaje. Strateški plan će se smatrati ostvarenim ukoliko je provedeno 80% indikatora uspješnosti do 2020. godine. Glavni cilj jest pratiti napredak na upravljačkoj razini, napredak na operativnoj razini, detektiranje slabosti i predlaganja korektivnih mehanizama. Rezultat samoprocjene načina upravljanja i usluga poslužit će za ciklički proces učenja i naprekta te uvođenje potrebnih promjena.