# Švédské know-how naučí české malé a střední podnikatele řídit své firmy strategicky

Tisková zpráva

Praha, 19. 12. 2012

Unikátní mezinárodní projekt na podporu malého a středního podnikání odstartoval v České republice. Za podpory švédského know-how a evropských dotací přinese českým malým a středním podnikům vzdělání v oblasti strategického řízení firmy. „Cílem téměř dvouletého vzdělávacího projektu je zvýšení konkurenceschopnosti našich malých a středních firem,“ uvedla koordinátorka projektu za českou stranu **Alena Hanzelková z BIBS – vysoké školy**.

Projekt na podporu malých a středních podniků (SME) je spolufinancován z evropských fondů, v rámci grantového programu Domu zahraničních služeb, programu Leonardo da Vinci – Transfer inovací. „Věříme, že jsme uspěli i díky tomu, že jde o evropský projekt, který unikátním způsobem spojuje znalosti akademické sféry a na praxi orientovanou sféru podnikatelskou, a že staví na švédských zkušenostech“ říká Alena Hanzelková.

Projekt je rozdělen na tři části. „První představuje kvalitativní výzkum. Jeho cílem je vytipovat tzv. indikátory strategického řízení. Na úkolu budou spolupracovat odborníci z vysokých škol z České republiky, Slovenska, Švédska a Finska, spolu s podnikateli – majiteli malých a středních firem. Indikátory zde rozumíme aktivity, procesy apod., které musí firma dělat, aby se o ní dalo říct, že je řízena strategicky, a tedy systematicky a efektivně,“ popsala úvodní část projektu Alena Hanzelková.

Ve druhé části se projekt zaměří na to, jak efektivně jsou malé a střední podniky strategicky řízeny ve skutečnosti. To, do jaké míry indikátory strategického řízení skutečně v praxi realizují, a tedy zda vůbec nebo jak dobře jsou strategicky řízeny, ověří rozsáhlý mezinárodní srovnávací výzkum, který bude mezi malými a středními firmami proveden v České Republice, na Slovensku, ve Švédsku a Finsku.

„V závěrečné, třetí, části na základě dat z obou výzkumů vytvoříme online vzdělávací systém, ve kterém si zástupci malých a středních podniků budou moci otestovat, do jaké míry své firmy řídí strategicky. Výsledky testu dané firmy pak systém porovná s tím, jaký je stav strategického řízení v jiných SMEs, ve všech zúčastněných zemích a vygeneruje majiteli firmy hodnotící zprávu, která jej mj. upozorní na to, ve kterých oblastech strategického řízení má firma slabiny. Poskytne mu také doporučení, jak stav zlepšit, a, co je nejzásadnější, nabídne možnost dalšího vzdělávání formou e-learningových kurzů strategického řízení pro podnikatele,“ vysvětlila smysl projektu Hanzelková.

Švédskou stranu reprezentuje Jönköping International Business School, na jejímž know-how v oblasti vzdělávání segmentu malého a středního podnikání je celý projekt postaven. V České republice je hlavním organizátorem a nositelem grantu BIBS – vysoká škola, člen asociace MBA škol CAMBAS, česká vysoká škola poskytující britské a české manažerské a právnické vzdělávací programy. Při vzdělávání podnikatelů a manažerů klade BIBS – vysoká škola důraz právě na **strategické řízení**. Partnery BIBS – vysoké školy na české straně je Mendelova univerzita v Brně a oborové asociace reprezentující cílovou skupinu projektu tj. malé a střední podniky. Jsou jimi Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a POPAI Central Europe. V týmu BIBS – vysoké školy jsou zastoupeni také odborníci z finských univerzit. Na slovenské straně projekt zaštítí trenčínská Vysoká škola manažmentu.

Cílem mezinárodního programu je naučit malé a střední podnikatele řídit jejich firmy strategicky. Strategické řízení se do nedávna standardně spojovalo především s velkými společnostmi, nicméně právě v oblasti středních a malých firem, na které jsou vlivem ekonomických otřesů posledních let (a též v rámci přirozených vývojových cyklů) kladeny stále větší nároky, je systematický strategický přístup čím dál tím více potřebný k udržení jejich dlouhodobé konkurenceschopnosti. I menší firma totiž může být komplikovaný systém a nemusí být jednoduché efektivně řídit všechny její oblasti.

**Co je strategické řízení?** Systematický způsob, kterým si firma stanoví, a řídí to, co chce dosáhnout v dlouhodobějším časovém horizontu. Strategické řízení vede firmu k systematičtějšímu pohledu na sebe sama i na prostředí, ve kterém funguje, jasné pojmenování slabých stránek a externích hrozeb na jedné straně a svých vnitřních silných stránek a příležitostí ve vnějším prostředí na straně druhé. Na základě jejich pochopení a předvídání prostřednictvím ucelené sady strategických analýz pak vzniká strategie, která staví na tom, co firma dobře umí a co jí umožní trh, a která naopak eliminuje to, co může její budoucí existenci ohrožovat „Mnoho aktivit, které modely strategického řízení doporučují v praxi systematicky realizovat, management firem intuitivně vykonává. Nicméně širší teoreticko-praktické základy jim pomohou zohlednit při řízení stěžejní aspekty, které jsou nyní možná opomíjeny a v nichž může být skrytý potenciál pro významná zlepšení jejich výkonnosti,“ uvádí vice-prezident **asociace POPAI Central Europe Daniel Jesenský**.

„Strategické řízení potřebují malé podniky jako sůl! 75 % malých a středních firem řídí raději intuitivně a dost často preferují pohled jen na jedno čtvrtletí dopředu. Uvádějí také, že na strategické řízení nemají peníze a neumí s výsledky pracovat. Tento projekt by je mohl nastartovat správným směrem,“ myslí si generální ředitelka **Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR Eva Svobodová**.

 „Páteří ekonomiky Evropské unie nejsou velké, nadnárodní podniky, ale podnikání malých a středních firem. Podle průzkumu EUROSTAT reprezentují malé a střední podniky 90 % všech společností a vytvářejí více než 65 % pracovních míst v soukromém sektoru, proto je jejich podpora pro naše ekonomiky tak významná,“ říká k  projektu **Annika Hall z Jönköping International Business School**.

V postkomunistických zemích pomáhá podle některých autorů podnikání malých a středních podniků obnovit potlačenou střední třídu a malé a střední podniky vlastněné rodinami pomáhá vrátit do podnikání etiku a zodpovědnost. Malé a střední podniky jsou také považovány za pilíř společenských změn. Proto je jejich udržitelný rozvoj, konkurenceschopnost a růst jednou z hlavních ekonomických priorit Evropské unie (podle tzv. Small Business Act Evropské Komise z roku 2008, revidovaného v roce 2011). „Mezinárodní výzkumy ovšem ukazují, že malé a střední podnikání v Evropě trpí četnými neduhy, které negativně ovlivňují jeho dlouhodobou konkurenceschopnost – například manažeři a/nebo vlastníci malých a středních podniků často neřídí své firmy strategicky,“ uvedl **Jozef Simuth z Vysoké školy manažmentu.**

„Právě malé a střední české podniky vznikající v porevolučním období jsou běžně řízeny značně organicky, intuitivně. Jejich vedení totiž oproti vyspělejším trhům častěji nedisponuje nějakou formou manažerského vzdělání. To je na jednu stranu v pořádku, nicméně v určité fázi vývoje podniku to může bránit jeho dalšímu rozvoji, nebo zachování konkurenceschopnosti. Strategické řízení pak může podnikatelům rozumnou mírou formalizace a manažerského pojetí vedení firmy nabídnout nové možnosti a konkrétní praktické nástroje ke zlepšení a rozvoji jejich podnikání,“ myslí si Daniel Jesenský.