

Recenze knihy:

Koncepce úspěchuschopnosti

Konkurenceschopnost – vítězství, nebo účast v soutěži?

Robert Zich

Vydalo: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o. Brno



Akademické nakladatelství CERM vydalo koncem roku 2012 novou publikaci s názvem KONCEPCE ÚSPĚCHUSCHOPNOSTI Konkurenceschopnost – vítězství, nebo účast v soutěži? Autor předložené monografie si vytyčil nesnadný cíl, který odborné veřejnosti představuje frekventovaný pojem úspěchuschopnost firmy. Na úvod lze konstatovat, že vzhledem ke struktuře monografie a volbě kapitol a jejich vzájemné provázanosti se tento nesnadný cíl podařilo naplnit. Jedná se o monografii, která nabízí tolik potřebné a ze strany autora avizované propojení teoretického a praktického poznání v oblasti konkurenceschopnosti firem.

Monografie je členěna do sedmi základních kapitol, které v logické návaznosti rozpracovávají hlavní poslání monografie – rámcové vymezení a seznámení se s pojmem úspěchuschopnost firmy.

V první kapitole autor netradičně začíná diskusí nad tématem, které je předmětem monografie. Vše je doplněno citáty osob, které mají k tématu co říci. Jedná se o poněkud nestandardní přístup k „uchopení“ tématu, nicméně lze konstatovat, že očekávání spojené s vtáhnutím čtenáře do odborné problematiky je zcela naplněno.

V kapitole dvě již autor pečlivě přistupuje k vymezení a zejména užití pojmu úspěchuschopnost. Pojem rozvádí zejména s ohledem na strategii a stra-

tegické řízení firmy a vše názorně dokládá odpovídajícími grafy.

Kapitola tři prezentuje implementaci úspěchuschopnosti k cílům firmy a představuje zejména praktickou použitelnost dosažených poznatků. Problematika cílů je v této kapitole představena vyčerpávajícím způsobem a za pozitivní lze považovat i propracování úspěchu firmy k uvedeným dimenzím. Závěr této kapitoly je vhodně doplněn o příklady z praxe.

Čtvrtá kapitola přibližuje působení firmy v prostředí, které má vliv na úspěchuschopnost firmy. Zde je představen vztah úspěchuschopnosti z hlediska základních vlivů prostředí. Následuje popis práce s jednotlivými vlivy prostředí firmy s dopadem na úspěchuschopnost.

I v tomto případě je kapitola podložena vhodnými příklady z praxe. V závěru kapitoly je prostřednictvím dat z ČR představena problematika i z hlediska domácího prostředí.

Pátá kapitola představuje konkrétní nástroje související s úspěchuschopností firmy. Jedná se o logické zavření předmětu problematiky s vazbou na reálnou praxi. Uvedené nástroje pokrývají jak některé přístupy hospodářské praxe, tak i doporučení a techniky, které autor na základě vlastního výzkumu představuje.

Předposlední šestá kapitola shrnuje poznatky a diskusi z předchozích kapitol. Jsou zde prezentovány výsledky výzkumu v ČR, na kterých se autor osobně realizoval. S tím souvisí i zhodnocení, které vhodně doplňuje úvodní neformální diskusi k pojmu úspěchuschopnost.

Závěrečná sedmá kapitola představuje metodický přístup autora k pojetí a tvorbě koncepce úspěchuschopnost s odkazem na použité výzkumné přístupy a řešený vědecký projekt.

Celkově lze konstatovat, že obsah monografie se opírá o nové poznatky, které nejsou v ČR v ucelené formě publikovány. Vyzdvihnout lze zejména čtvrtou kapitolu, která je věnována konkurenci a konkurenčnímu prostoru. Ta se stává nesporným přínosem nejen pro zainteresované akademické pracovníky a profesionály z praxe, ale i širokou veřejnost se zájmem o uvedenou problematiku.

Vydaná kniha je zaměřena na problematiku konkurenceschopnosti a s tím spojené úspěšuschopnosti firem představuje nejnovější poznatky nejen pro širokou odbornou veřejnost, ale lze ji doporučit studentům se zájmem o nejnovější poznatky z oblasti strategického managementu.

*doc. Ing. Petr Pirožek, Ph.D.
Ekonomicko-správní fakulta MU*