

# KNIŽNÍ RECENZE | BOOK REVIEWS

## KOMPLEXNÍ POHLED DO SVĚTA STRATEGIÍ ÚSPĚŠNÝCH FIREM Z DÍLNY PROFESORA SOUČKA

DOI: 10.18267/j.aop.501

Bohumír Štědroň, Eva Kostrecová\*

**Souček, Z., 2015. *Strategie úspěšného podniku*. Praha: C. H. BECK, 426 s.**  
ISBN: 978-807400-572-5

Ukazuje se, že Evropa není schopna zabezpečit sebereprodukcí vlastního obyvatelstva a je zřejmé, že řešit tento závažný problém *outsourcingem* není dlouhodobě možné. V současnosti existuje mnoho podobných globálních problémů a jejich společným jmenovatelem je absence promyšlené vhodné strategie. Rovněž u nadnárodních firem nebo i sportovních klubů často převažuje hledisko zisku pouze v posledním čtvrtletí a podle tohoto ukazatele jsou hodnoceni i vrcholoví manažeři. Opakem jsou národní kosmické agentury, které velmi úspěšně pracují s dlouhodobými strategiemi a dovedou promyšlené strategie vzájemně kombinovat (spolupráce NASA a ESA). Rovněž supervelmoc Čína, která podle některých analýz předstihla po 142 letech USA a stala se největší světovou ekonomikou, prokazatelně pracuje podle promyšlené strategie.

V těchto souvislostech je nová kniha profesora Zdeňka Součka, vydaná renomovaným nakladatelstvím C. H. BECK, mimořádně aktuální a vhodná k zamyšlení i pečlivému studiu. Samotná publikace je rozčleněna do čtrnácti kapitol. V první kapitole jsou definovány základní součásti strategie, a to mise, vize, strategické cíle a strategické operace, které vyžadují vynalézavost, rychlost, znalosti, fantazii, disciplínu a schopnost učit se. Další tři kapitoly akcentují změny ve světě a nezbytnost strategie a strategického řízení. Pátá a šestá kapitola se zabývá základním cílem – celosvětovou konkurenceschopností a problematikou specifických předností. Originální je sedmá kapitola nazvaná *Superprodukty*, jimiž jsou výrobky nebo služby, které zákazník neočekával, ale je schopný je rychle identifikovat a nadstandardně finančně ocenit. K nim patří mobilní telefony a Internet a v blízké budoucnosti 3D tisk, RFID a Business intelligence. Další dvě kapitoly prezentují systémový přístup k analyzované problematice a zabývají se principy strategického myšlení a učením v nejobecnějším smyslu. Strategické předvídání je obsahem zcela zásadní a pro prognostiky nejzajímavější desáté kapitoly. Ta totiž obsahuje nesystémovou deskripci i budoucích technologických objevů ve 21. století. Zdá se, že základní trendy budou určovat 3D tisk (i biologických orgánů), RFID (pravděpodobně vyvolá i nárůst

\* Univerzita Karlova a ČVUT Praha; Univerzita Komenského v Bratislavě, Fakulta managementu.

průměrného věku nad 100 let) a transformace Business intelligence na fenomén Universal intelligence. Fenomén RFID umožní komunikaci s celou biosférou a její postupné zapojení do ekonomického a politického systému včetně dopravních prostředků bez řidičů. Další tři kapitoly jsou zaměřeny na strategické aspekty poptávky, lidského činitele a inovací. Zdá se, že každá úspěšná strategie obsahuje i velmi rizikové nepředvídatelné faktory (stavba Římského Kolosea ve starověkém Římě nebo i koncipování projektu Apollo: přistání člověka na Měsíci).

Druhá část této významné publikace je zaměřena na postup při formulaci a implementaci strategie a vychází z dlouhodobého působení prof. Ing. Zdeňka Součka, DrSc. na Fakultě podnikohospodářské VŠE a zasahuje i do politického managementu. Tato část obsahuje 27 dílčích částí včetně závěru. Zajímavá je deskripce tří možných strategií: strategie růstu, strategie stagnace a strategie ústupu, i když v praxi mohou být všechny tři typy vzájemně kombinovány pro různé firemní struktury (např. budeme rozvíjet výrobu jen u těch divizí, kde jsme první nebo druhí ve světě). Podnětnou částí kreativní monografie jsou přístupy a postupy odborníků z praxe. Velmi dobře napsaný text je doplňován modelovými příklady, medailony, resp. portréty manažerů. Jediným otazníkem v této části publikace může být, proč pro příběh rozhodování v politickém managementu zvolil autor velmi průměrné americké prezidenty G. Forda (neprošel volební kampaní a stal se prezidentem USA po odstoupení prezidenta R. Nixona) a R. Nixona (nepřišel s žádnou novou strategií a navíc nezvládl volební boj – aféra Watergate – s G. McGovernem, nad kterým měl podle průzkumů renomovaných agentur dvojciferný náskok). Proč nebyli do modelových studií zařazeni velmi úspěšní američtí prezidenti F. D. Roosevelt (postupně zvládl ekonomickou krizi, vytvořil nové instituce, reformoval politický systém a nasměroval USA na trajektorii supervelmoci č. 1) a R. Reagan?

Monografie profesora Zdeňka Součka je širokospektrální a je ji možné doporučit všem segmentům knižního trhu, tj. od zvědavých posluchačů vysokých škol až po vrcholové manažery, kteří často trpí provozní slepotou a unikají jim důležité systémové souvislosti. Lze rovněž doporučit přeložení knihy do čínštiny a anglického jazyka pro její využití v těchto dvou klíčových teritoriích.