**ŽÁDOST O PŘIDĚLENÍ PODPORY V INTERNÍ VÝZKUMNÉ SOUTĚŽI PRO EKONOMICKÉ ÚSTAVY**

**Identifikace projektu**

|  |  |
| --- | --- |
| **Název projektu** | Nový přístup v generování podnikové (obchodní) strategie na bázi parametrizace podnikových procesů  |
| **Identifikační číslo projektu** | *Vyplní správce soutěže* |
| **Hlavní řešitel** | *doc. Ing. Jarmila Straková, Ph.D.;* |
| **Spoluřešitelé** | *Bc. Milan Talíř, Bc. Lucie Roučková, Ing. Tsolmon Jambal, Ph.D.; doc. Ing. Ján Dobrovič, PhD.; Mgr. Veronika Mayerová; 2 PVS.* |
| **Skupina předmětů** | *Řízení a strategie podniku*  |
| **Projekt je předkládán za pracoviště** | *Ústav podnikové strategie* |

**Projekt**

|  |  |
| --- | --- |
| **Cíl projektu** | Cílem projektu je *navrhnout a ověřit nový přístup v generování podnikové (obchodní) strategie s využitím parametrizace podnikových procesů.* Je reálnou skutečností a panuje názorová shoda mezi manažery podniků (výrobních i v oblasti služeb) v České republice, že manažeři podniků napříč odvětvími i příslušnými velikostními skupinami vnímají podnikovou strategii jako strategii obchodní. Toto je základní atribut řešitelského týmu při návrhu cíle i postupu řešení projektu. Současný stav i vývoj národní ekonomiky se posunul z trajektorie silného ekonomického růstu do fáze ekonomického poklesu, v některých odvětvích lze již hovořit o ekonomické recesi. Navrhovaný cíl projektu je v souladu jak s poptávkou uživatelské sféry, tak s novými teoretickými poznatky v oblasti generování podnikové strategie, postupů její implementace v konkrétním podnikovém prostředí, zejména v zahraničí. Lze konstatovat, že obdobná problematika není v širším měřítku řešena na vysokých školách v České republice na rozdíl od zahraničních výzkumných organizacích, kde je toto téma již řadu let zahrnuto do výzkumných aktivit.*Výstupem z řešení hlavního cíle* *bude manuál* zaměřený na generování podnikové obchodní) strategie v nových ekonomických podmínkách.Dílčí cíle projektu:* vypracovat podrobnou literární rešerši zejména ze zahraničních zdrojů (databáze Scopus a WOS),
* provést analýzu zahraničních případových studií z hlediska odborného (teoretického) i aplikačního,
* vydefinovat nové teoretické vymezení podnikové (obchodní) strategie v kontextu 21. století,
* na zvolených odvětvích a velikostních kategorií (strojírenství, doprava a služby v kategoriích malé, střední a velké podniky) zajistit soubor podniků min. v rozsahu 50-60 za každou kategorii*,*
* na kategoriích střední a velké podniky zpracovat 2 případové studie s ověřením nového postupu implementace podnikové (obchodní) strategie s využitím parametrizace hodnotových podnikových procesů.
 |
| **Způsob řešení** | * Před zahájením vlastního řešení bude zpracován hlavní řešitelkou harmonogram řešení (časová i obsahová specifikace) včetně konkretizace osobní zodpovědnosti členů řešitelského týmu za jednotlivé etapy i plánované výstupy.
* V průběhu řešení budou nastaveny kontrolní dny postupu řešení.
* *Analytická část literární rešerše a zahraničních případových studií – výstupy budou základem pro nové teoretické vymezení podnikové strategie*
* *Vytvoření zdrojové databáze (akcent na* strojírenství, dopravu a služby v kategoriích malé, střední a velké podniky), soubor podniků min. v rozsahu 50-60 podniků za každou kategorii*,*
* *Využití matematicko-statistických metod* včetně matematického modelování pro zpracování zdrojové základny.
* *Zpracování vzorových postupů generování* podnikové (obchodní) strategie vystavěné na parametrizaci podnikových procesů na jedné straně a obchodním portfoliem na straně druhé.
* Zpracování implementačních vzorových studií v textové i grafické podobě.
* Ve spolupráci s velkým vzorovým modelovým podnikem bude připraven *algoritmus pro vypracování softwaru ke generování podnikové (obchodní) strategie.*
* Získané poznatky budou průběžně publikovány v *odborných vědeckých časopisech (WoS a Scopus).*
 |
| **Výstupy projektu** | 1. *Výzkumné:*
* analýza provedené rešerše a případových studií,
* vzorové postupy generování podnikové (obchodní) strategie za MSP a velké podniky za odvětví výroby a služby sestávající se z obecné části (platné pro všechny velikostní kategorie a testovaná odvětví) a části specifické (charakterizující velikostní kategorie a charakter odvětví),
* případové studie v textovém a grafickém provedení,
* algoritmus pro vypracování softwaru ke generování podnikové (obchodní) strategie.
1. *Publikační:*
* celkem je plánováno *12 odborných vědeckých článků zařazených v databázi WoS nebo Scopus.*
1. *Pedagogická:*
* využití v pedagogické činnosti u všech předmětů pracovní skupiny.
1. *Administrativní*
* závěrečná zpráva projektu.

*.* 1. Možné využití výstupy v poradenské a konzultační činnosti pro uživatelskou sféru i pro vzdělávací kurzy CCV.
 |
| **Vazba výzkumu na oblast vyučovaných předmětů** | Výzkum má přímou návaznost na vyučované předměty v rámci první pracovní skupiny Řízení a strategie podniků: Podnikové řízení; Strategický řízení/ Strategický management; Manažerské dovednosti; Analýza hodnotového řetězce a Operační management.  |
| **Vazba na Strategický záměr VŠTE 2021-2025** | Výstupy z projektu reflektují „Strategický záměr VŠTE 2021-2025“, kde je plněna: * Osa „Vzdělávání“ formou naplnění operačních cílů 1. a), b) a 2. a), b), c).
* Oblast „Vědy a výzkumu“, kde projekt v plném rozsahu naplňuje hlavní prioritní cíle 3 a 4 a jejich dílčí operační cíle.
* Oblast pedagogická – požadavek na inovace obsahu vyučovaných předmětů v souladu s potřebou uživatelské praxe a nově získaných poznatků.
* Osa internacionalizace – spolupráce a konzultace se zahraničními partnery.

Osa „Třetí role“ reakce na společenskou poptávku regionu z celé České republiky.*.*  |
| **Vazba na cíle ústavu v oblasti VaV** | Výstupy z interního výzkumného projektu přispějí k naplnění cílů ÚPS, resp. Katedry managementu, a to zejména v oblasti:* rozvíjení výzkumného směru jak katedrového, tak dané pracovní skupiny,
* implementace získaných poznatků do vzdělávacího procesu,
* internacionalizace výzkumu jak v pedagogické, tak výzkumné oblasti,
* transfer poznatků do podnikové praxe – naplněna je zvyšující se poptávka uživatelské praxe po řešení této problematiky,
* poskytování poradenské a konzultační činnosti pro uživatelskou sféru,
* nabídky vzdělávacích kurzů pro útvar CVV,
* rozvoj zakázkové činnosti,
* zapojení studentů do řešení výzkumných aktivit katedry, resp. první pracovní skupiny.
 |
| **Uplatnitelnost výstupů v praxi** | Využitelnost výstupů v praxi je dána již zmíněnou narůstající poptávkou po řešení této problematiky.Z hlediska objektivity je potřebné uvést, že některé podniky zejména největší velikostní kategorie se snaží nalézt vlastní cestu řešení.Za hlavní oblasti využití výstupů z řešení je možné považovat:* oblast teoretického poznání, jedná se o nové pojetí jak ve vymezení podnikové strategie, resp. strategie obchodní, tak o zcela nový přístup jejího generování a implementace;
* podnikatelskou praxi, která považuje strategii podniku současně za strategii obchodní, podle které je nezbytné nastavit obchodní portfolio. Zejména v této ekonomické fázi podniky považují podnikovou strategii za hlavní nástroj své konkurenceschopnosti a ziskovosti;
* podnikatelskou praxi v oblasti vzdělávání manažerů podniků, kdy byla v této problematice katedrovým výzkumem zjištěna nedostatečnost manažerské gramotnosti;
* pedagogickou oblast z hlediska zvýšení teoretických poznatků a praktických dovedností absolventů školy, tím se zvýší jejich hodnota na trhu práce, poptávka po absolventech školy zejména pak jejich uplatnitelnost,
* státní, krajské i obecní orgány a instituce působící v uživatelské sféře jako JVTP, HK ČR s příslušnými pobočkami, AMSP a další profesní organizace.
 |
| **Zahraniční spolupráce (bonifikace)** | Využity budou již navázané (nebo v budoucnu) uzavřené zahraniční vztahy Katedry managementu se zahraničními partnery. Zejména se jedná v současnosti o Polsko a Portugalsko, výhledově Španělsko a Německo. Do řešení bude aktivně zapojen i jeden zahraniční stážista z Portugalska, který přijíždí na Katedru managementu v lednu tohoto roku v trvání 5 měsíců. Dalším spolupracujícím partnerem bude Fakulta managementu Politechnika Częstochowska a ISAL, které budou zapojeny do řešení a konzultace v oblasti metodické.  |
| **Společenská poptávka** | Existenci i intenzitu společenské poptávky lze dokumentovat a specifikovat ve dvou dimenzích.1. První lze vymezit z pohledu potřeb podnikatelské praxe v kontextu měnícího se vnějšího prostředí (mezoprostředí a makroprostředí).

Počátkem 21. století vrcholí disparity vyplývající z paradigmatu managementu, tedy reálně nastaveného vnitřního prostředí podniků a měnících se ekonomických cyklů. Tato podnikatelská realita je důsledkem zákonitého střídaní ekonomických cyklů, současně umocněna covidovou pandemií. Synergie obou těchto hlavních atributů současného vývoje světové i domácí ekonomiky zintenzivnila již tak existující poptávku po nových přístupech, principech a postupech při nastavení podnikové (obchodní) strategie. Podniková, resp. obchodní strategie se stala základním nástrojem při zajištění podnikové konkurenceschopnosti, dosahování marže a celkové ziskovosti. Řešitelé spolupracují s podniky (střední a velké), které se již uvedený princip v důsledku svého pragmatického poznání snaží implementovat jako hlavní nástroj řízení svého podniku. 1. Společenskou poptávku lze opřít i o vlastní data vyplývající z katedrového výzkumu z let 2016-2019, nadále je zajištěno jeho pokračování. Výzkum jednoznačně prokázal, že:
* více jak 85 % podnikatelských subjektů již odmítá používat metody „Strategické situační analýzy“ (metody pro vnitřní a vnější hodnocení podnikového prostředí), neboť jim nezaručuje nastavení podnikové strategie na úrovni odpovídající novým ekonomickým podmínkám;
* základní manažerská gramotnost z oblasti tvorby podnikové strategie nečiní více jak 65 % z testovaného souboru 456 podnikatelských subjektů;
* zejména v kategorii MSP jich víc jak 75 % požadují vypracování nových postupů a přístupů v projekci podnikové, resp. obchodní strategie.
1. Současné metody, vyučované na všech vysokých školách v oblasti generování podnikové strategie (metody Strategické situační analýzy) zásadním způsobem selhávají v podnikové sféře. Předpokládané výstupy z řešení by zajistily inovaci předmětů v první pracovní skupině, současně by byl získán zásadní podklad pro stanovení nové specializace v rámci navazujícího magisterského SP Ekonomika podniku.
 |
| **Metody** | Vyjma:* vytvoření zdrojové datové základny,
* výběru modelových podniků pro případové studie,
* řízené osobní rozhovory s manažery podniků,
* dotazníkového šetření,
* analýzy a syntézy,

budou uplatněny:* matematicko-statistické metody včetně matematického modelování

(meritem implementace těchto metod bude pomocí regrese a korelace sestavit matematický aparát s determinací časových řad řešených v MATLABu s podporou Deep learningových nástrojů a sofistikovaných nástrojů z problematiky analytických nástrojů Big Data. S využitím matematického modelování pak budou parametrizovány základní vztahy nezbytné při projekci podnikové, resp. obchodní strategie a odpovídajícího obchodního portfolia). |

|  |  |
| --- | --- |
| **Popis projektu** | Nosná problematika projektu je návrh „*Nového přístupu v generování podnikové (obchodní) strategie s využitím parametrizace podnikových procesů“.* Při rezonanci shody mezi podnikovými manažery i stále se rozšiřující vědeckou obcí zejména v zahraničí a mezi strategií podniku a obchodní strategií lze konstatovat, že se jedná o celospolečensky potřebnou, požadovanou a zásadní problematiku. Z vědeckého hlediska půjde o první aproximaci dané problematiky v podnikatelském prostředí, kdy získané výstupy bude potřebné ověřit v široké podnikové praxi.Základní výzkumnou hypotézou je konstatování, že stávající metody Strategické situační analýzy nezaručují získání podkladů nezbytných pro nastavení jedinečné a konkurenceschopné podnikové (obchodní) strategie. Vytvořena bude zdrojová datová základna zahrnující MSP a velké podniky z odvětví strojírenství a služeb. Pro analýzu dat budou využity matematicko-statistické metody včetně matematického modelování. Parametrizací vztahu mezi hodnotou podnikových procesů a procesů podpůrných a příslušným obchodním portfoliem umožní nastavit obecná pravidla pro projekci a implementaci podnikové (obchodní) strategie. Výstupem bude pracovní manuál k projekci podnikové (obchodní) strategie a navržen bude algoritmus pro tvorbu softwaru, který by tento proces umožnil automatizovat při zachování jedinečnosti každého výstupu z něho získaného.  |

**Harmonogram**

|  |  |
| --- | --- |
| **Začátek realizace projektu** | 3.1.2022 |
| **Ukončení realizace projektu** | 31.12.2022 |
| **Etapy projektu** | ***1. etapa:***Zpracování literární rešerše, nastavení vymezených hypotéz, sestavení harmonogramu řešení s osobní zodpovědností AP za konkrétní výstupy. *leden–únor 2022**- příprava a odeslání 1 článku (WoS a Scopus)* ***2. etapa:****Vytvoření zdrojového souboru z testovacího souboru podniků, výběr podniků pro případové studie,* *leden-únor 2022**- příprava a odeslání 2 článků (WoS a Scopus)* ***3. etapa:***Analýza dat s využitím matematicko-statistických metod a matematického modelování. *březen-duben 2020**- příprava a odeslání 2 článků (WoS a Scopus)* ***4. etapa:***Zpracování výstupů z pohledu formulace nového postupu při formulaci strategie podniku – obchodní strategie, zahájení zpracování případových studií.  *duben-květen 2022,**- příprava a odeslání 2 článků (WoS a Scopus)* ***5. etapa:***Konzultace a oponentura s podnikovou praxí – navržení zásad pro generování podnikové (obchodní) strategie podniku, zpracování případových studií. *červen, červenec, srpen 2022* *- příprava a odeslání 2 článků (WoS a Scopus)* ***6. etapa:***Dokončení případových studií, první čtení postupu projekce generování podnikové (obchodní) strategie, zahájení prací na algoritmu softwaru pro projekci podnikové (obchodní) strategie. *Září-říjen 2022* *- příprava a odeslání 3 článků (WoS a Scopus)* ***7. etapa:***Zpracování pracovního manuálu k projekci podnikové (obchodní) strategie, dokončení případových studií, dokončení algoritmu pro projektový software ke generování podnikové (obchodní) strategie. *listopad 2022* *- příprava a odeslání 1 článku (WoS a Skibus)* ***8. etapa:***Vypracování závěrečné zprávy za výzkumný projekt. *prosinec 2022*  |

**Rozpočet a finanční přínosy**

|  |  |
| --- | --- |
| **Rozpočet** | *Popište a zdůvodněte jednotlivé položky rozpočtu. Je možné vložit, jako přílohu projektu.**Osobní náklady: 1 882 000,- Kč**Ostatní přímé náklady: 339 000,- Kč**Investice: 0,-**Režijní náklady: 111 050,- Kč****Rozpočet celkem: 2 332 050,- Kč******Náklady na PVS: 501 120,- Kč*** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Finanční přínosy projektu ve výši 100 % nákladů.** | *Popište finanční přínosy projektu v podobě:*1. *Publikačních aktivit podle platného číselníku ETMS* ***(uveďte počet publikačních výstupů, jejich zařazení do číselníku ETMS, očekávaný výnos a odpovědného autora výstupu, tedy prvního uváděného autora budoucí publikace)****.*

***WOS (AIS)***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Druh výsledku podle ETMS** | **Počet výstupů** | **ETMS výnos z výstupů** | **Odpovědný autor** |
| [1.230] Článek ve sborníku hodnocený v RIV |  |  |  |
| [1.701] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v prvním decilu oboru |  |  |  |
| [1.702] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v 1. kvartilu oboru |  |  |  |
| [1.703] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v 2. kvartilu oboru | 6 | 1 664 355,- | Straková, Talíř, Mayerová X Dobrovič, Straková, Talíř xStraková, Talíř, Roučková X Talíř, Straková, Jambal X Talíř, Jambal, Mayerová  |
| [1.704] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v 3. kvartilu oboru | 2 | 264 660,- | Straková, Talíř, Mayerová X Dobrovič, Straková, Talíř  |
| [1.705] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v 4. kvartilu oboru |  |  |  |
| [1.706] Recenzovaný odborný článek v odb. periodiku, obsažený ve WoS nebo SCOPUS, který nelze zařadit do kvartilu (časopisy bez IF čekající na jeho přidělení) |  |  |  |

***Scopus (SJR)***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Druh výsledku podle ETMS** | **Počet výstupů** | **ETMS výnos z výstupů** | **Odpovědný autor** |
| [1.230] Článek ve sborníku hodnocený v RIV |  |  |  |
| [1.801] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v prvním decilu oboru |  |  |  |
| [1.802] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v 1. kvartilu oboru |  |  |  |
| [1.803] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v 2. kvartilu oboru | 2 | 378 962,- | Straková, Talíř, Roučková xDobrovič, Straková, Talíř |
| [1.804] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v 3. kvartilu oboru | 3 | 320 178,- | Talíř, Straková, PVS X Jambal, Mayerová, PVS  |
| [1.805] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v 4. kvartilu oboru |  |  |  |
| [1.706] Recenzovaný odborný článek v odb. periodiku, obsažený ve WoS nebo SCOPUS, který nelze zařadit do kvartilu (časopisy bez IF čekající na jeho přidělení) |  |  |  |

***Celkem 2 628 155,- Kč***1. *Další výstupy generující příjmy (popište další očekávané finanční přínosy projektu).*
 |

Prohlašuji, že:

* rozpočet projektu byl sestaven s ohledem na principy hospodárnosti, účelnosti a efektivnosti.

V Českých Budějovicích dne

………………………………..

Předkladatel