

RECENZIA/BOOK REVIEW**ČIHOVSKÁ, V. – MATUŠOVIČOVÁ, M. 2016. *Obchodný manažment*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. 268 s.**Pavol Kita¹

Vysokoškolská učebnica autoriek Viery Čihovskej a Moniky Matušovičovej „Obchodný manažment“ je dielom, ktoré orientuje záujem čitateľskej verejnosti k otázkam súčasného riadenia obchodných podnikov na trhu s oligopolistickou konkurenciou. Dielo, ktoré vzniklo na základe dlhoročných výskumov autoriek je veľmi solídnym zdrojom poznatkov pre študentov a čitateľov, ktorí hľadajú ucelený prehľad o modernom riadení obchodných firiem na globálnom trhu, bez akýchkoľvek opomenutí, a zároveň bez nadbytočných podrobností. Predložený text je taktiež usporiadaným súborným dielom pre všetkých, ktorí sa chcú zoznámiť s najvýznamnejšími teóriami, systémom a aspektmi podnikového manažmentu, s činnosťou a funkciami obchodného manažmentu, problematikou plánovania v obchodnej firme, s úlohou riadenia ľudských zdrojov, s kontrolíngom a podobne v obchodnej firme. Vysokoškolská učebnica je zároveň určujúcim východiskom pre tých, ktorí sa chcú nadväzujúco zaoberať hlbším štúdiom jednotlivých oblastí s využitím odkazov a prameňov publikácie. Svojím zameraním môže byť inšpiráciu nielen pre čitateľov, ktorí majú už znalosti z marketingového manažmentu a chcú si ich rozšíriť a preniknúť do oblasti tvorby a fungovania horizontálne a vertikálne riadiacej sústavy obchodných firiem. Z hľadiska čitateľa je atraktívna nielen tým, že reaguje na súčasné tendencie na globálnom trhu a na pôsobenie nadnárodných obchodných reťazcov, ale najmä tým, že rozvíja praktické poznatky moderného manažmentu v obchodnej firme. Publikácia je výsledkom výskumného projektu VEGA č. 1/0178/14 Spoločná spotrebiteľská politika EÚ a jej uplatnenie v SR s dopadom na vzdelávanie spotrebiteľov.

Kniha je logicky rozčlenená do desiatich kapitol. Konkrétne sa jednotlivé kapitoly zaoberajú nasledujúcou problematikou: Prvá kapitola prináša poznatky o obchode a jeho podstate, funkcii, a charaktere a špecifikách činností obchodných firiem. V kapitole autorky uvádzajú autorov, ktorí sa zaoberajú problematikou obchodu v národnej ekonomike, a to hlavne M. Zamazalovú, Pražskú L a Jindru J. ako aj P. Kotlera spolu s ním K. L. Kellera, V. Wonga a G. Armstronga K. Schmidt. Zároveň oboznamuje čitateľa s obchodnými činnosťami v maloobchode a veľkoobchode.

Druhá kapitola charakterizuje hlavné vývojové tendencie v obchode, ktoré viedli k radikálnym zmenám v činnosti obchodu. Prínosom kapitoly je bezpochyby relevantné vysvetlenie aktuálnych zmien z hľadiska internacionalizácie, globalizácie, koncentrácie a rozvoj informačných a komunikačných technológií, resp. rast dôležitosti internetového obchodu a jeho podielu na celkových tržbách v oblasti maloobchodného predaja. Autorky sa venujú problematike kooperácie v maloobchode z hľadiska horizontálnej a vertikálnej integrácie obchodných firiem. Jej pochopenie vedie k poznatku, ako sa tvorí partnerstvo medzi podnikateľskými subjektmi, ktoré ich vedie k založeniu a budovaniu

¹ doc. Ing. Pavol Kita, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra marketingu. Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: pavol.kita@euba.sk

maloobchodného reťazca, aby dosiahli silnú konkurenčnú pozíciu na trhu oproti svojim konkurentom. Autorky zdôrazňujú, že forma kooperácie a jej správne fungovanie v obchode sa opiera o partnerské vzťahy zabezpečujúce zisk každému z partnerov na trhu.

Tretia kapitola sa zaoberá manažmentom zameraným na riadiacu prax obchodných firiem. Autorky kladú dôraz na manažment ako praktickú činnosť. V tejto súvislosti uvádzajú, že jeho úspešné zvládnutie manažérom závisí od úrovne a schopnosti plánovať, organizovať a kontrolovať činnosť, viesť ľudí tak, aby riadený proces fungoval úspešne. Zároveň vymedzujú manažment v niekoľkých praktických podobách, a to ako: práca ľudí, funkcia, inštitúcia, profesia a proces. Predmetom pozornosti autoriek je aj problematika medzinárodného manažmentu. Medzinárodný manažment ako obsahová súčasť tejto kapitoly sa venuje možnostiam rozvoja podnikov z hľadiska ich stratégií expanzie na zahraničný trh. Táto časť nepochybne zvyšuje originalitu publikácie.

Štvrtá kapitola sa zaoberá plánovaním v obchodnej firme ako základnej funkcie manažmentu pre stanovovanie cieľov. Praktické zameranie manažmentu vyžaduje, aby plánovanie bolo vecné kompetentné, kreatívne, orientované na riešenie problému a otvorené budúcnosti. Preto cieľom kapitoly je poukázať na význam a potrebu plánovania v obchodných firmách, keďže predstavuje východisko a najdôležitejšiu funkciu riadenia. Autorky v tejto kapitole venujú veľký priestor strategickému plánovaniu.

Piata kapitola je venovaná organizovaniu v obchodnej firme. Na základe vysvetlenia príslušnej terminológie autorky sa zaoberajú predovšetkým typmi organizačnej štruktúry. Graficky sprístupňuje jednotlivé formy organizačnej štruktúry od jednoduchej po hybridnú štruktúru súčasných obchodných organizácií v závislosti od vývojovej fázy ich životného cyklu. Ďalej v záujme lepšieho prehľadu problematiky uvádza funkcie a výhody, resp. nevýhody jednotlivých foriem organizačnej štruktúry.

Šiesta kapitola sa zaoberá riadením ľudských zdrojov v obchodnej firme. V tejto časti učebnice autorky približujú podstatu a hlavné oblasti riadenia ľudských zdrojov. Ďalej v tejto časti dávajú do popredia dôležitosť metodiky riadenia kariéry zamestnanca v obchodnej firme, pretože jeho individuálna a kolektívna práca prispieva k dosahovaniu jej cieľov, prosperity a rastu.

Siedma kapitola je orientovaná na vedenie ľudí v obchodnej firme. Oboznamuje s hlavnými pojmami vzťahujúcimi sa k problematike základných kompetencií manažéra. Nezabúdajú ani na spôsoby vedenia zamestnancov, pričom však dodávajú, že tie sú predovšetkým determinované osobnosťou vedúceho zamestnanca, t. j. manažéra. Výber štýlu riadenia zamestnancov manažérom patrí k rozhodnutiu zameranom na vnútorné formovanie pracovného potenciálu podniku prostredníctvom rozmiestňovania zamestnancov medzi jednotlivými pracovnými miestami. Autorky poukazujú na skutočnosť, že manažér prispieva k spokojnosti zamestnanca so svojou prácou a s dosiahnutými výsledkami.

Ôsma kapitola predstavuje problematiku kontroly a kontroľingu. Autorky uvádzajú, že kontrola je jednou zo základných manažérskych funkcií a je nevyhnutná na všetkých úrovniach riadenia v obchodnej firme pôsobiacej na trhu so zložitým ekonomickým prostredím. Autorky v nej charakterizujú rôzne typy kontrol, pričom svoju pozornosť predovšetkým upriamujú na kontroľing. Chcú tak zdôrazniť nutnosť neustáleho zdokonaľovania vnútorných procesov a systémov riadenia, aby obchodné firmy boli schopné reagovať na nové situácie novými funkciami riadenia.

Deviata kapitola sa venuje problematike rozhodovania. Čitateľ tu získa pohľad na rozhodovanie v procese riadenia vychádzajúce z rôznych teórií rozhodovania. Zvláštnu pozornosť venujú autorky prvkom a kritériám efektívnosti rozhodovacieho procesu, ktoré sú podstatné pre dosiahnutie cieľov firmy. Následne charakterizujú rozhodovací jednotlivé fázy procesu a činitele, ktorého ovplyvňujú.

Desiata kapitola je venovaná problematike manažmentu obchodnej prevádzky. Definuje charakter a obsah obchodných operácií v maloobchode a veľkoobchode. Autorky v súvislosti s riadením doňho začleňujú aj problematiku organizácie práce v obchodnej prevádzke.

Možno zdôrazniť, že význam vysokoškolskej učebnice spočíva v jej rozsahu a komplexnosti prístupu k problémom manažmentu obchodnej firmy. Jej hlavným prínosom je skutočnosť, že okrem prehľadu teoretických prístupov obsahuje aj analýzy aktuálneho vývoja v súčasných podmienkach v obchode. Publikáciu možno zaradiť k veľmi hodnotným dielam a jej prednosti ďalej zosilňuje fakt, že ide o knihu, ktorá na trhu vysokoškolských študijných textov na Slovensku v takejto úplne novej aktuálnej podobe už dlhšiu dobu chýbala, resp. chýba.

