



MASARYKOVA UNIVERZITA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

**Podpora odborných praxí a stáží studentů ESF MU
u budoucích zaměstnavatelů**

SMART cíl



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ





SMART

SMART je souhrn pravidel, která pomáhají především v rámci projektového managementu efektivně definovat rámec či cíl projektu a navrhovaného řešení. V okamžiku, kdy v počáteční fázi projektového managementu definujeme obsah a cíle projektu, je nutno zamyslet se nad kvalitativními stránkami našeho vymezení. Řešení by mělo být definováno podle pravidel známých souhrnně jako SMART (*Definice cíle SMART (Project Management)*). cit. 2008-01-12)

SPECIFIC - specifické

MEASURABLE - měřitelné

ACHIEVABLE – dosažitelné

REALISTIC - reálné

TIMED – termínované

SPECIFIC - specifické a konkrétní

Měly by být přesně popsány. Pokud jsme schopni si odpovědět na otázku, co je předmětem a daným problémem, potom jsme toto kritérium specifičnosti splnili. Transparentnost a srozumitelnost cílů je podstatná pro zabezpečení toho, aby očekávání všech byla propojena a později se nekonala žádná překvapení.

N ekonkrétní cíle	K onkrétní cíle
<i>Připravit program na snížení nákladů</i>	<i>Snížit náklady o 20% do konce roku</i>
<i>Chovat se šetrně k životnímu prostředí</i>	<i>Zvýšit o 20% sortiment recyklovatelných produktů ve srovnání s předchozím rokem</i>

MEASURABLE - měřitelné, kvantifikovatelné

Umožňuje nám přesně vyjádřit, sledovat a kontrolovat průběh a stupeň plnění. Zde si můžeme například položit otázku, jak poznáme, že jsme byli úspěšní. Každý projektový plán by měl i kontrolu úspěšnosti našeho řešení, která musí být definována už na začátku.

Navrhovaná strategie pro získání nových zaměstnanců přispěje ke snížení počtu zaměstnanců v oddělení náborem nových zaměstnanců (měřeno počtem pracovníků a objemu mezd), ke zvýšení počtu uchazečů o nabízené pracovní pozice (měřeno mírou ohlasů na zvolené prvky nové strategie) a ke zvýšení kvality náborového programu (měřeno zpětnou vazbou kandidátů) Z definice se dozvídáme, jak bude možné úspěšnost navrhovaného řešení kontrolovat.

ACHIEVABLE – dosažitelné

Představují výzvu, ale jsou realistické. Jsou akceptovatelné pro všechny, kterých se jakýmkoliv způsobem týkají.

Není vhodné navrhovat celostátní náborovou kampaň zaměřenou na studenty středních škol, pokud klient je lokálně orientovaná firma s potřebou specializovaných odborníků s mnoha lety zkušeností.

REALISTIC – reálné a realizovatelné, z hlediska všech potřebných zdrojů.

Položme si otázku, jestli vůbec můžeme tento cíl realizovat a dosáhnout požadovaných výsledků.

Stanovení cíle například 200 uchazečů o volnou pracovní pozici během, dvou týdnů je reálné v době a místě s vysokou nezaměstnaností, ale značně nadhodnocený cíl v době nebo místě s nezaměstnaností a nedostatkem vhodných cílových uchazečů.

TIMED-MANAGED – časově vymezené

Stanovit požadovaný termín plnění.

„Náš tým navrhne strategii pro získání nových zaměstnanců a naplnění nových pracovních pozic, která může být uvedena v praxi do dubna 2008 a bude obsahovat 3 technologická řešení doplněná o prvky osobního kontaktu.“ Tato definice poskytuje odpověď na otázku, kdy bude současný problém řešen.





Příklad:

Strategický cíl firmy je stanoven jako „zlepšení postavení našeho podniku na trhu a dosažení co nejvyššího tržního podílu“.

Tento cíl je potom konkretizován například do tohoto dílčího: „získání 25% podílu na českém trhu se zdravou výživou do 31. 12. 2007, a to prostřednictvím zařazení bioproduktů od nových výrobců“.

S – důležité je povšimnout si, že postupný cíl je mnohem konkrétnější a určitější než cíl strategický. Máme zde také stanoven konkrétní postup, jak tohoto podílu dosáhnout.

M – dílčí cíl je měřitelný – na konci roku si můžeme odpovědět na otázku, zda jsme daného podílu dosáhli či nikoliv.

A – předpokládáme, že cíl je všemi akceptovatelný.

R – předpokládáme, že na základě výzkumů trhu a sestavením rozpočtu, je cíl dosažitelný a reálný.

T – cíl je časově specifikován - má být splněn do 31.12. 2007.

(SITÁROVÁ, Aneta. *Stanovit si cíle podle SMARTu a být úspěšní*. cit. 2008-01-12)

Formulace jednotlivých cílů projektu:

hlavní cíl (goal) – nemusí být SMART

cíl projektu (objektive) – musí být SMART

dílčí cíle (objectives)- musí být SMART

(DOLNÝ, M. *Management tvorby a realizace projektu*. cit. 2008-01-12)

Použité zdroje:

DOLNÝ, Martin. *Management tvorby a realizace projektu*. Seminář Internetizace knihoven, Havlíčkův Brod, 18. – 20. 2. 2004. (cit. 2008-01-12). Dostupné z WWW:
<<http://knihovnam.nkp.cz/docs/ProgEUDolny.ppt#278,1>>

LACKO, Branislav. *Metody a techniky projektového řízení in Sborník vybraných kapitol z přípravy a řízení projektů*. Výukový materiál z projektu Euromanažer. Krajské zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků a informační centrum, Nový Jičín, příspěvková organizace

Definice cíle SMART (Project Management) (cit. 2008-01-12). Dostupné z WWW:

<<http://www.financemanagement.cz/080vypisPojmu.php?X=Definice+cile+SMART+Project+Management&IdPojPass=39>>

SITÁROVÁ, Aneta. *Stanovit si cíle podle SMARTu a být úspěšní*. (cit. 2008-01-12). Dostupné z WWW:
<http://www.gate2biotech.cz/stanovit-si-cile-podle-smartu-a-byt-uspesni/>

