



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.

<b>N</b> ekonkrétní cíle	<b>K</b> 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/>

