

Pochopíme-li minulost a přítomnost, dokážeme lépe předvídat budoucnost

Říká Daniel Jesenský, podnikatel a prezident asociace POPAI v rozhovoru o svých zkušenostech se vzděláváním v manažerských doktorských programech.

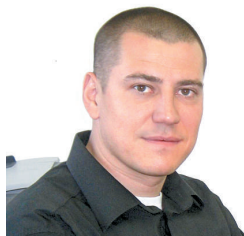
Dohodli jsme se, že budeme hovořit o Vašich zkušenostech s manažerským doktorským vzděláváním, stejně mi ale nedá se Vás zeptat – jak jako zaměstnavatel hodnotíte kvalitu absolventů našich vysokých škol?

To jste mi nedala na úvod lehkou otázku. Naši absolventi jsou určitě kvalitní, jsou dobře teoreticky vybaveni. Vysoké školy u nás jim ale stále poměrně tvrdě nastavují určité mantinely chování a myšlení. Díky tomu jsou disciplinovaní. Potřebovali bychom ale, aby měli i větší „odvahu“ z těchto mantinelů vybočit. A samozřejmě jsou pro nás zajímaví absolventi, kteří se už během studia potkali i s praxí. Myslím, že obecně je potřeba propojení teorie a praxe na našich vysokých školách posilovat - ani jedna oblast nemůže bez kvalitní vazby na tu druhou fungovat.

Je toto i důvod, proč jste se jako praktik – podnikatel a manažer - dal na studium doktorského programu? To u nás pořád není úplně standardní.

Ano, přesně tak. Studovat doktorský program a realizovat doktorský výzkum je příležitost podívat se objektivněji a s hlubší mírou pochopení na to, co jako člověk z praxe znám intuitivně, ze zkušenosti. Myslím, že je škoda, že jsou teorie a praxe pořád více, či méně oddělené. Čím hlouběji pronikám teoreticky do toho, čím se zabývám v praxi, tím jasněji vidím, jaký potenciál mají teoretické znalosti - jsou nástrojem pro objektivnější manažerské rozhodování a pro snížení rizika špatných manažerských rozhodnutí. Výzkumem a teoretickým pochopením minulosti a přítomnosti pak dokážeme lépe předvídat budoucnost. Motivací pro studium je pro mě ale samozřejmě i určitá prestiž titulu PhD a do budoucna možnost vyučovat na vysokých školách.

Manažeři v doktorských programech zkoumají širokou škálu témat, od HR až po logistiku nebo marketing. Vy se v doktorském výzkumu



Daniel Jesenský
Podnikatel a prezident asociace POPAI

17let působí v oblasti POP a in-store marketingu. Je obchodním a marketingovým ředitelem společnosti DAGO A.P.C. a prezidentem asociace POPAI CE. Vystudoval MBA francouzské ESCM a UNYP. V současnosti je doktorandem manažerského doktorského programu finské University of Jyväskylä a Brno International Business School (B.I.B.S., a.s.).

snážíte, laicky řečeno, zjistit, jaké vlastnosti reklamního prodejního stojanu budou mít vliv na to, jestli stojan zboží prodá nebo ne. Jak člověk doktorské téma vlastně vybírá?

Téma musí být pro vás v první řadě profesně i osobně zajímavé. V rámci studia je potřeba nad tématem odvést takové množství práce - teoretické, analytické, interpretační - že vás musí téma, kterým se zabýváte, skutečně bavit. Po skončení studia se také ve zkoumaném oboru stáváte bez nadsázky odborníkem. Bylo by tedy škoda zkoumat něco, co byste dále neuplatnila v praxi.

Výsledky Vašeho výzkumu budou mít přínosy nejen pro Vás a Vaše vlastní podnikání.

Ano. Doktorský projekt jsme propojili s dalším projektem v asociaci POPAI, výzkum sponzorují společnosti Mars a Coca-Cola a podporují jej i například Ipsos - Tambor, Economia, nebo DAGO A.P.C. Odborně výzkum garantuje BIBS, v rámci mého doktorského studia. Výzkum bude mít přínosy pro všechny partnery i odbornou veřejnost. Coca-Cola a Mars z projektu získají marketingové informace v takové kvalitě, která by při standardním komerčním výzkumu nebyla z časových ani finančních důvodů reálná. My v rámci asociace POPAI i na BIBSu využijeme nové znalosti ve vzdělávání. A do budoucna plánuji vydat o výsledcích výzkumu i odbornou publikaci.

Když Vás poslouchám, říkám si, jak se Vám daří takovou šíří profesních i odborných aktivit časově zvládat.

Studium je poměrně náročné, vyžaduje disciplínu a dobré plánování. Tím, že výzkum prochází postupnými fázemi, nedá se nic ošidit. Nedostatek v jedné fázi by generoval další nedostatky v dalších fázích projektu. Doktorský program je navíc poskytován BIBS ve spolupráci se zahraniční univerzitou, s finskou University of Jyväskylä, a požadavky na kvalitu výzkumu jsou i proto vysoké. Hodně ale ve studiu pomáhá časové uspořádání studia, které počítá i s tím, že v něm studují časově vytížení manažeři a podnikatelé. ■

Alena Hanzelková
Ředitelka pro akademické záležitosti a doktorské programy B.I.B.S., a.s.