

## **Svět na počátku 3. tisíciletí**

**Rozsah změn analogický průmyslové revoluci (trhy, zákazníci, výroby, technologie)**

**Hlavní rysy:**

**Informatizace (sítě, hypermédia, multimédia)**

**Globalizace**

**Superturbulence (crash-turbulence)**

**Superkonkurence**

**Intelektualizace**

**Rozmanitost**

**Militantnost**

**Miniaturizace**

**Ekologizace versus devastace**

## **Informatizace**

**Likviduje vliv~ vzdálenosti**

**Umožňuje podnikat v reálném čase**

**Zrychluje průběh procesů**

**Vyvolává nutnost zásadní změny organizace a řízení vznik e-corporation**

**Intenzivní využití informační technologie**

**Velké centrály mizí - nahrazeny sítěmi**

**Rozvoj telepráce (domotika, homeworking, telecentra, telekonference...)**

**Nervová centra (komputerizované telefony, interaktivní televize...) transformují informace z okolí do vnitřních procesů**

•-"

- **Omezování středního managementu (využívání znalostních robotů - konw bots a softwarových robotů soft bots)**
- **Likvidace mezičlánků nepřinášejících přidanou hodnotu (wal mart, leví) - vznik virtuálních skladů a křížového zásobování**
- **Sklady se minimalizují**
- **Hierarchické struktury mizí - nahrazovány plošnými a síťovými strukturami a kompetentními týmy (empowerment)**
- **Aliance mezi podniky - významný zdroj efektivity**
- **Dodavatelé a odběratelé (event. Konkurenti) jsou rovnocennými partnery - vytváření procesů výhodných pro oba partnery (sdílené hodnoty)**
- **Vznik virtuálních podniků-mizí hranice mezi podniky**
- **Neformální a formální aliance - neformální normy a neformální autorita**
- **Informační zajištění aliancí**
- **Crazy organisation for crazy time**

- Nutnost přejít od 1. Generace využití inf. Technologií (výroční zprávy, katalogy marketingové materiály) k 2. Generaci (výkon transakcí)
- Mění se charakter
- Škol (interaktivita)
- Kanceláři (prostředí podporující tvůrčí myšlení)
- Nemocnic (horné care)
- Domácností (computerizace - inteligentní domy)
- Výrobních podniků (flexibilita)
- Silnic (inteligentní silnice)

### **Globalizace**

- Zvládnout globální (celosvětové) myšlení
  - myslet ve světových dimenzích
  - získávat informace z celého světa (informační roboti, internet)
- Vytvářet celosvětovou síť vztahů s odběrateli, dodavateli, konkurenty
- Vyhledávat partnery na nově vznikajících trzích
- Rozmísťovat pracoviště v optimálních teritoriích
- Prosadit se na nejvýspělejších domácích i zahraničních trzích
- Výrazné v celosvětovém měřítku přispívat k technickému rozvoji oboru
- Využívat pracovníky bez rozdílů národnosti superturbulence

### **Superturbulence**

- Orientace na budoucnost (minulost je pouze základnou pro úvahy o budoucnosti)
- Informační technologie dávají nové možnosti strategického předvídaní (minimalizace nejistoty)
- Rychlost a pružnost podmínkou úspěchu (speed management):
  - informační sítě s odběrateli, dodavateli, bankami (wal mart)
  - databáze o světovém vývoji
  - podniková nervová centra
  - elektronický obchod
  - logistické sítě k odběratelům, dodavatelům
  - zkrácení všech procesů (vývoj, realizace...)
  - customer clqthing technology (24 hodin)
  - levi's personál pairjeans

## **Superkonkurence**

- Celosvětová dimenze konkurence vyvolává superkonkurenci a supernáročnost
- Moderní inž. Technologie poskytuje nové příležitosti (interaktivní mediální průmysl)
- Nelze pouze „zkoumat potávku“ a „sbírat objednávky“ - poptávku nutno aktivně vytvářet (Ford, Baťa, Gates)
- Nové dimenze kvality:
  - funkční spolehlivost (samozřejmostí)
  - rychlostttdávky
  - cena
  - servis
  - kastomizace
- Superprodukty
- Rostoucí tlak na efektivnost
  - nutnost nových vztahů k akcionářům (shareholders) a zainteresovaným (stockholders)
  - více kritérií úspěchu a více druhů odpovědnosti
  - přátelské vztahy s dodavateli, zaměstnanci, konkurenty
  - rovnováha mezi efektivností a sociálním smírem, dividendami a investicemi, dlouhodobými a krátkodobými cíli
  - zvládnutí corporate govemance
  - formulace strategie
  - dodržování práva a řádu
  - vytváření podnikové kultury
  - vytváření stimulujícího klimatu

## **Intelektualizace**

Nehmotné faktory hrají stále významnější roli:

- Předpokladem úspěchu jsou kvalifikovaní pracovníci
  - personální práce nabývá nové dimenze
  - celoživotní vzdělávání podle individuálních potřeb (3 léta lhůta zastarání znalostí!!!)
  - náročnost na pracovníky stoupá - zapojování do řízení (týmy)
  - růst vlivu motivace
  - změna struktury pracovníků a pracovního času
  - vytváření kompetencí (empowerment) metodických, odborných a sociálních
- Nehmotná aktiva budou tvořit podstatnou část (50%) aktiv:

- základní složky - know how ceo, znalostní potenciál, patenty, značka, pružnost, inovativnost, modely, software, zapojení do aliancí a sítí
- neustálé úsilí o zvyšování nehmotných aktiv

### **Rozmanitost**

- Bohatství národnosti, náboženství, politika, ekologie, sekty, lobby
- Členitá segmentace poptávky (zboží, stavby, doprava...)
- Rozdílné metody marketingu, prodeje a logistiky, výstavby bytů...

### **Militantnost**

Zbrojení, nové zbraně, terorismus, militantní skupiny

- rostoucí poptávka po zbraních a obranných a ochranných zařízeních a výrobcích

### **Miniaturizace**

Orientace na výrobky umožňující operace dosud nemožné (medicína, nebezpečné provozy, nepatrné rozměry...)

Vysoká míra přidané hodnoty těchto výrobků

### **Ekologizace versus devastace**

Využití různých přístupů v různých regionech

Investiční záměry v souladu s ekologickými normami

Výpočty ekonomické efektivity provádět s přihlédnutím k ekologickým faktorům

## **Základem úspěchu je kvalifikované formulovaná a důsledně realizovaná strategie**

### **Podmínky:**

- strategické myšlení
- znalosti
- správná metodika
- systematické hodnocení realizace

## **Nedostatky strategického řízení českých podniků a regionů**

- Nepochopení klíčového významu strategie pro rozvoj podniku či regionu
- Nepochopení podstaty strategie a neschopnost či neochota pracovat s předvídáním budoucích jevů
- Nekomplexnost zpracovaných strategií
- Nedostatečné znalosti o světě
- Málo tvůrčí iniciativy
- Nedostatečná znalost nejmodernějších metod práce
- Podceňování firemní kultury a personalistiky