

# ÚVOD K PŘEDNÁŠKÁM ZE STRATEGICKÉHO MANAGEMENTU

**Svět na počátku 3. tisíciletí**

**Rozsah změn analogický průmyslové revoluci z 19. století (trhy, zákazníci, výrobky, technologie)**

**Hlavní rysy :**

- **Informatizace (sítě, hypermédia, multimédia)**
- **Globalizace ..... hospodářská krize či recese ?**
- **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 - know 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)**
  - ❖ **Kanceláří (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 nejvyspělejších domácích i zahraničních trzích**
- **Výrazné v celosvětovém měřítku přispívat k technickému rozvoji oboru**
- **Využívat pracovníky bez rozdílu národnosti superturbulence**

## Superturbulence

- **Orientace na budoucnost (minulost je pouze základnou pro úvahy o budoucnosti)**
- **Informační technologie dávají nové možnosti strategického předvídání (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)**
  - **leví's personál pairjeans**

## Super konkurence

- **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 (samozřejmosti)**
  - **rychlostttodávky**
  - **cena**
  - **servis**
  - **kastomizace**
- **Superprodukty**
- **Rostoucí tlak na efektivnost a 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 a vytváření stimuluujícího 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 kvalifikovaně formulovaná a důsledně realizovaná strategie**

**Podmínky:**

- **strategické myšlení**
- **znalosti**
- **správná metodika a 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 podnikové kultury a personalistiky**