

Ekonomicko – správní fakulta v Brně

Katedra podnikového hospodářství

Svět na počátku 3. tisíciletí

**Rozsah změn analogický průmyslovým revolucím
(trhy, zákazníci, výrobky, technologie), průmysl 4.0,
generace ,X, Y, Z....**

Ing. Viliam Záthurecký, MBA,Ph.D.

Anotace a základní myšlenky

Hlavní rysy

- **Informatizace (sítě, hypermédiá, multimédiá)**
- **Globalizace**
- **Superturbulence (crash-turbulence)**
- **Superkonkurence**
- **Intelektualizace**
- **Rozmanitost**
- **Militantnost**
- **Miniaturizace**
- **Ekologizace versus devastace**

Informatizace

- **Informatizace**
- **Likviduje vliv a vzdálenosti**
- **Umožňuje podnikat v reálném čase a zrychluje průběh procesů**
- **Vyvolává nutnost zásadní změny organizace a řízení, vznik e- corporation**
- **Intenzivní využití informačních technologií**
- **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, 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**

Informatizace

- **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)**
- **Mění se domácnosti (computerizace - inteligentní domy)**
- **Silnic (inteligentní silnice)**
- **Atd.....**

Globalizace

- **Zvládnout globální (celosvětové) myšlení**
- **myslet ve světových dimenzích a jazycích... nestačí mluvit německy či anglicky...je nutné naučit se myslet v cizím jazyce....**
- **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

- **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
- ⇒ databáze o světovém vývoji
- ⇒ podniková nervová centra
- ⇒ elektronický obchod
- ⇒ logistické sítě k odběratelům, dodavatelům
- ⇒ zkrácení všech procesů (vývoj, realizace...)
- ⇒ customer clothing technology (24 hodin)

Superkonkurence

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

Intelektualizace

Základní teze...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 (kalkulační vzorec se mění)**
- **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

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 (bohužel i inovace ⇒ paradox)**
- **rostoucí poptávka po zbraních, 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**

Jak z toho ?

Základem úspěchu je kvalifikované formulovaná a důsledně realizovaná strategie

Podmínky:

- 1) strategické myšlení**
- 2) znalosti**
- 3) správná metodika**
- 4) systematické hodnocení realizace**

Nedostatky strategického řízení v našich podnicích

(vlastní výzkum 2012 – 2014 ROSTAPO)

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

