

2. Predavanje – načrtovanje strategije

Zakaj strategija?

- Vsaka organizacija deluje na podlagi skupine predpostavk o tem, kaj je njeno področje poslovanja, kaj so njeni cilji, kako opredeljuje svoje rezultate, kdo so njene stranke, kaj te stranke cenijo ter za kaj so pripravljene plačati.
- Naloga strategije je pomagati organizaciji, da v nepredvidljivem okolju doseže želene rezultate.

Gotovosti v nepredvidljivem svetu

- V današnjem svetu velikih negotovosti obstojijo pojavi, ki so dolgoročni in jim mora strategija upoštevati:
 - 1.) Usihajoča rodnost v razvitem svetu
 - 2.) Premiki v porazdelitvi dohodkov
 - 3.) Definicija uspešnosti
 - 4.) Svetovna konkurenčnost
 - 5.) Neskladje med ekonomsko globalizacijo in politično razdrobljenostjo
 - 6.) informacijske spremembe
 - 7. Globalno segrevanje
 - 8. finančna kriza

Posledice usihajoče rodnosti:

- Staranje prebivalstva in vedno daljša življenjska doba;
- pritok priseljencev iz drugih kultur;
- podaljševanje delovne dobe;
- nesposobnost političnih elit, da bi reševale demografske probleme in iz tega izhajajoča politična nestabilnost;
- fleksibilnost delovnih razmerij/vključevanje upokojencev v delo napodročju umskega dela.

Priložnosti in nevarnosti:

- Prilagajanje izdelkov in uslug demografskim spremembam;
- spremembe na trgu izdelkov, namenjenih otrokom – ker bo otrok malo, je možno, da jim bomo kupovali več;
- fleksibilnost delovne sile – tam, kjer jo bodo uspeli zagotoviti, bodo starejši umski delavci sloj z največjo kupno močjo.

Premiki v porazdelitvi dohodkov

- Strategija različnih podjetij in organizacij mora temeljiti na vednosti o tem, kakšne delež prihodkov imajo njihove stranke za nakup izdelkov ali uslug, ki jih organizacije ponujajo.
- Deleži razpoložljivih dohodkov so temelj vseh ekonomskih informacij.
- Ker ostajajo dolgo nespremenjeni, so informacije o trendih porazdelitve dohodkov izjemno pomembne.

Štirje najbolj naglo rastoči sektorji v 20. stoletju:

- državna administracija;
- zdravstvo;
- izobraževanje;
- prosti čas.

Naraščanje deleža prostega časa je enak naraščanju deleža vseh ostalih treh sektorjev skupaj.

Prosti čas:

- Leta 1900 je večina v razvitih državah delala najmanj 60 ur na teden, 51 tednov v letu, šest dni na teden, z povprečno 8 prazniki.
- Ob koncu 20. stoletja večina dela 40 ur na teden, 47 tednov na leto, pet dni na teden, z povprečno 12 prazniki.

Administracija, izobraževanje, zdravstvo:

- Vsi trije so velik porabnik materialnih dobrin in s tem spodbujajo rast. Ker niso del prostega trga, so manj občutljivi na cene.
- Ker vladna administracija prerazporeja družbeno bogastvo, jo morajo upoštevati vsi gospodarski subjekti.
- Pomen znanja v sodobnih gospodarstvih dviguje potrebo po umskih delavcih in s tem posredno širi izobraževalni sektor.
- Staranje prebivalstva povečuje potrebo po rasti zdravstvenega sektorja.

Priložnosti za založništvo, knjigotrštvo, knjižničarstvo:

- Rast v izobraževalnem sektorju je skozi vso drugo polovico 20. stoletja generirala rast založništva, knjigotrštva in knjižničarstva.
- Več prostega časa je ustvarilo širok manevrski prostor tako knjižnicam kot založbam in knjigarnam.

Globalna konkurenčnost

- Globalizacija je pripeljala do tega, da so uspešne le tiste organizacije (podjetja, univerze, bolnišnice...), ki dosegajo standarde, kot jih postavljajo vodilni na posameznih področjih.
- Preživela bodo le tista podjetja, v katerih bo produktivnost enaka tisti v vodilnih podjetjih v dani panogi. Nizki stroški dela v večini primerov ne morejo ustvariti cenovne prednosti, ki bi odtehtala nizko produktivnost.

Globalna konkurenčnost ter založništvo in knjižničarstvo

- V knjižničarstvu, založništvu in knjižničarstvu globalno konkurenčnost do določene mere nevtralizira dejstvo, da je informacijski trg do določene mere zamejen z nacionalnim jezikom.
- Ne glede na to so najuspešnejše tiste knjižnice, založbe in knjigarne, ki dosegajo mednarodno produktivnost in uporabljajo mednarodne vire (tisk, vsebine, softver...).

Globalizacija in politična razdrobljenost

- Hkrati z globalizacijo gospodarstev se je v 20. stoletju pomembno povečalo število držav. Zaradi tega organizacije delujejo na treh ravneh:
 - 1.) globalno gospodarstvo denarja in informacij;
 - 2.) območna gospodarstva prostega pretoka kapitala, blaga in delovne sile;
 - 3.) lokalna gospodarstva z lokalnimi omejitvami.

Velika podjetja in organizacije delujejo na vseh ¹³

Problemi:

- Ni demokratično nadzorovanih ustanov, ki bi nadzorovale globalna valutna nihanja;
- Velika podjetja se morajo prilagajati lokalnim posebnostim, zaradi česar lahko nad gospodarsko smotrnim odločanjem prevlada prilagajanje lokalnim političnim razmeram in “podkupninam”.

Take razmere dajejo prednost partnerskemu pred lastniškim povezovanjem podjetij.

Informacijske spremembe

- Ljudje smo danes povezani 24 ur na dan, prek državnih meja in mimo običajnih oblik nadzora.
- Spreminjajo se načini branja.
- Nastajajo novi digitalni mediji in nove zvrsti medijskih vsebin.
- Spreminjajo se kapitalska in politična razmerja moči v medijski industriji.

Finančná kriza

- Družbeni mediji
- Množični mediji

Globalno segrevanje:

- Ustvarja ekstremne vremenske pojave in s tem vpliva na vsakdanja življenja in navade ljudi, s čimer ustvarja potrebe po novih izdelkih in uslugah;
- ustvarja nove migracije.

Seminarske naloge

- Razmislite, na kakšen način recesija vpliva na medijsko industrijo in si poskusite zamisliti recesiji prilagojene medijske izdelke.
- Primerjajte vrstni red prvih petih zadetkov za besedo “recesija” in “Whitney Huston” v svojih osebni računalnikih.