

image not found or type unknown



Пока есть собственный бизнес, не ослабеет и актуальность управления им – собственник несет всю полноту ответственности за жизнь собственного бизнеса. Каждый день собственнику приходится делать выбор, принимать решения и искать компромиссы, пути коммуникации со средой. В эпоху максимальной доступности информации, ресурсов и легкости коммуникаций меняются задачи предпринимателя: ориентация на новые контрольные точки и бизнес-результаты, вместо поиска ресурсов - проблема их оценки и выбора, вместо оттачивания бизнес-процессов – постоянная подстройка под меняющиеся условия.

В бизнес-коммуникациях на смену связям и знакомствам приходит необходимость новых видов отчетности, демонстрация законопослушности и экономической устойчивости. Время бросает новые вызовы.

Стремительно меняется конъюнктура рынка. Происходит глобальная смена поколений потребителей - на смену миллениалам приходит поколение-Z. В соответствии с новыми подходами меняются бизнес-модели в большинстве отраслей производства товаров и услуг.

Проблематика

Проблем у собственников возникает много, и они важнее, чем раньше: информационное, технологическое и главное поведенческое (социальное) изменение внешней среды заставляет любой бизнес чувствовать себя в постоянной опасности - начиная от продуктов питания до операторов мобильной связи. Даже такая новая ниша как онлайн -платежи уже успела претерпеть несколько этапов развития, изменений технологий и перераспределением рынка.

Изменение процессов потребления, предпочтений потребителей делает бизнесы, существовавшие тысячелетиями на грань исчезновения уже в ближайшие 1-2 года. В связи с этим, предприниматель вынужден держать неусыпную оборону по всем направлениям одновременно: результаты, ресурсы, процессы, коммуникации...

К сожалению, чтобы осознать и среагировать на эту угрозу/ возможность рынка у предпринимателей не хватает компетенций - это еще одна проблема.

Энтузиазма не добавляет и уменьшение возможности стратегического планирования в условиях эк. и политической неопределенности.

В случае если предприниматель и успеваеет реагировать на изменения, в бой с новациями вступает консервативность органов власти и контроля, законодательства.

Цель исследования

Разработка методологических основ совершенствования объектов управления собственного бизнеса в условиях непрерывной трансформации рынка и новой коммуникационной парадигмы.

Задачи исследования:

Оценить скорость трансформации объектов управления бизнеса. Выявить и оценить факторы внешней и внутренней среды бизнеса, приводящие к трансформации, ранжировать их по значимости и весу. Разработать методологические основы, рекомендации, алгоритмы приспособления методов управления в условиях постоянных изменений. Разработать рекомендации по повышению квалификации и обновлению компетенций собственников бизнеса.