

## Добро пожаловать в общество риска!



Первую часть статьи читайте в предыдущем выпуске MD.

### Риск 3: ошибка в оценке собственной силы и слабости

Давайте вернемся к примерам фирм *Stahl* и *Corendon*. Они сделали четкий выбор и неуклонно следовали намеченному

курсу. Секретом их успеха явился тот факт, что выбор был сделан с учетом собственной силы и имеющихся ресурсов. Это сегодня – ключевой фактор успеха, отсутствие которого может обернуться настоящим риском. Время развития Интернета и цифровой коммуникации Вас беспощадно накажет, окажись Вы по каким-либо причинам не в состоянии сделать этого. Рынок требует от Вас быть самым быстрым, самым дешевым, да и к тому же самым лучшим! Кто не отвечает этим требованиям, может ждать проблем!

Хотите пример? Сегодня многие предприятия полагают, что рост возможен только за счет покупки других предприятий. Но если у Вас нет знаний в этой области и отсутствует опытный менеджмент, то подобная политика может вылиться в выброшенный капитал.

Покупки предприятий смежных или иных отраслей может также оказаться интересной идеей, но для этого Вам необходимо полное понимание законов направления, а также наличие специалистов по нему, способных сделать акт покупки успехом. Иначе берегись беспощадного рынка!

В цифровую эпоху на повестку дня выдвигаются иные навыки и умения, чем в условиях планируемой экономики и маркетинга. Вам необходимо четкое видение проблемы, а также синергия со всех сторон. Примером подобного удачного роста путем покупки предприятий является стратегия фирмы *Dalope* в России. Хотите доказательства? Зайдите в супермаркет и обратите внимание на холодильники с молочной продукцией.

Урок для бизнеса: осознайте, в чем Ваша истинная сила, и действуйте в соответствии с этим.

### Риск 4: умение разглядеть и оценить развитие рынка

Данному риску может быть подвержено, в принципе, любое предприятие. Так как Интернет заметно ускоряет развитие рынков, подверженность данному риску сегодня резко возрастает. Изменению подвержены все грани традиционного маркетинга: сегментирование, запросы со стороны Покупателей, а также динамизм процессов в бизнесе.

Давайте вернемся к примеру фирмы *Nokia*, которая явно недооценила темпы развития рынка смартфонов, о последствиях чего мы уже говорили ранее в данной статье.

Урок для бизнеса: следуйте за людьми, а не за рынками.

### Риск 5: узкость взгляда

Цифровая эпоха – время процветания новых умных комбинаций. Если Вы при проведении анализа конкурентов ограничитесь исключительно десяткой ведущих предприятий своей отрасли, то велик шанс того, что Вы не увидите появления настоящего соперника. В наше время конкуренты, как правило, появляются внезапно и оттуда, откуда их не ожидают. Знаете ли Вы, что 70 % инноваций адаптируются из смежных или иных отраслей? Так, например, почти все новшества, известные нам из печатных средств информации – в первую очередь газет – были разработаны изначально не журналистами. Если Вы ограничитесь лучшим опытом собственной отрасли и его лидера, то Вы никогда не поднимитесь на пьедестале славы выше второго места. И, увы, как это не печально, лавры славы достанутся другим. Победителем станет, скорее всего, тот, кто хорошо усвоил и применяет уроки «стратегии голубых океанов». Примером тому служит мебельный гигант из Швеции *IKEA*: компания придумала саму себя.

Прекрасным примером мне представляется новое шоу *PALAZZO* – своего рода комбинация ужина в роскошном ресторане, музыкального шоу и цирка. Или для интеллектуалов среди нас – ужин с криминальным оттенком – *Krimidinner* из Германии, где за превосходным приемом пищи Вам предстоит раскрыть преступление. Это ли не примеры нетрадиционных ответов на вполне традиционный вопрос: как достойно провести вечер?

Таким образом, наблюдение исключительно за собственной отраслью также представляет собой определенный риск. И это, не считая того факта, что сегодня границы между отдельными отраслями все в большей степени стираются. Самое главное: Вы можете упустить из поля зрения нечто важное и неожиданное. И даже можете опоздать!

Урок для бизнеса: посмотрите вокруг себя!

### Менеджмент риска.

#### Общие рекомендации

Внимательно прислушивайтесь к собственным Покупателям: насколько они под впечатлением от Ваших продуктов и идей. Создайте комьюнити: преданные Вам Покупатели руководствуются позитивными намерениями и будут делиться своим интересным мнением. Разрабатывайте продукты в сотрудничестве со своим первым Покупателем. В самолетостроении данный метод используется уже

довольно давно. И хотя шанс того, что Ваша фирма выпускает самолеты, представляется мне минимальным, это не означает, что Вы не можете использовать данный подход в собственном бизнесе.

Создайте условия для критических реакций внутри фирмы, тем самым Вы сможете не только сэкономить средства, но и избавить себя от множества больших (и малых) проблем. И самое главное – это поможет вывести инновационный уровень Вашего предприятия на качественно новый этап.

Естественно, верный менеджмент риска требует изменений и в организации маркетинга внутри предприятий. Об этом речь пойдет в следующем номере MD.

### Послесловие

Предпринимательство и бизнес предполагают умение рисковать, естественно, при наличии опыта и соответствующих знаний. Риск является сегодня фактом, данностью и не может оправдывать бездействие. «Каждый сверчок – знай свой шесток», – говорит известная пословица, и это правда! Но новое время также выдвигает на повестку дня новый навык – умение смотреть на собственный бизнес и рынок с различных точек зрения. Не тешьте себя иллюзией собственного многолетнего опыта и остерегайтесь узости мышления и взглядов, чего бы это не касалось.

Ошибочно было бы предполагать, что риск представляет собой лишь опасность для современного бизнеса. Он предлагает нам также бесчисленные перспективы! Они способны «пробудить» Ваше

предприятие и научить Вас смотреть и мыслить вперед, быть готовым к определенным событиям. Конечно, пройдет время, прежде чем предприятие научится разумно действовать в унисон с этими шансами. С другой стороны, не следует забывать, что пропасть не пересечь двумя малыми шагами. Интересная динамика развития, не правда ли?

Президент Эйзенхауер сказал однажды: «Никто не привык к неясности». Эти мудрые слова находятся сегодня, однако, в диаметральной противоположности к требованиям и качествам необходимым для выживания в обществе риска. Если ранее умение реагировать на потенциально рискованные ситуации было необходимым для бизнесменов, предпринимателей и маркетеров, то сегодня это необходимо каждому уже из нас. И самое главное – не бойтесь сделать первый шаг, тем более, если он кажется Вам логичным!

Добро пожаловать в общество риска!

*Профессор Франс ван дер Рееп  
Зав. Кафедрой DigitalWorld высшей школы Inholland,  
Ведущий стратег телекоммуникационной компании KPN,  
Наблюдательный совет Мирового центра танца и музыки (Роттердам)  
Frans.vandereeep@inholland.nl  
www.fransvandereeep.com  
Роттердам, Нидерланды*

## MD ищет эксклюзив\*

*\*Стань соавтором журнала! Заполни заявку на [сайте](#).  
Это бесплатно! ;)*