

ВЛАДИМИР ТОКАРЕВ

Революция в менеджменте 2020/11



Владимир Токарев

Революция в менеджменте 2020/11

«Издательские решения»

Токарев В.

Революция в менеджменте 2020/11 / В. Токарев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-509184-0

Книга посвящена революционным изменениям в России в сфере менеджмента в 2020 году. Главные задачи книги — способствовать развитию научного менеджмента в нашей стране, помочь коммерческим компаниям, имеющим высокие амбиции, вырваться вперед. По этой причине основная аудитория, на которую рассчитана эта серия книг, — это директора коммерческих фирм. Но в ней будут разные рубрики: акционеру, преподавателю, студенту, специалисту и даже руководителю страны.

ISBN 978-5-00-509184-0

© Токарев В.
© Издательские решения

Содержание

Аннотация	6
Содержание номера	7
1. Мотивация к изменениям	8
Плохая новость	9
Хорошие новости	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Революция в менеджменте 2020/11

Владимир Токарев

© Владимир Токарев, 2019

ISBN 978-5-0050-9184-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вы хотите повысить конкурентоспособность вашего бизнеса за счет изменения практики управления? Тогда для вас серия из 9 книг – «Русский менеджмент».



Рис. 1. Серия из 9 книг.

Лучший (с точки зрения экономической выгоды) вариант приобретения книг по управлению и любым другим темам – приобретать их в магазине издательства Ридеро.

Аннотация

*Любозн. гендир*¹. – А что, в первую очередь, нужно, чтобы произошло русское экономическое чудо?

Автор – Мотивация к улучшению практики управления. Но, как мне видится, изменения на рынке (появление невидимого, но весьма осязаемого рынка вакансий) способствуют росту этой мотивации. Но «первыми все равно будут первые».

¹ Виртуальный персонаж книг автора.

Содержание номера

1. Мотивация к изменениям

Одна плохая новость для бизнеса и много хороших

2. Наши новости

Фантастика стала реальностью

3. Приглашение в будущее

Бизнес-школа «Практика 2.0»

1. Мотивация к изменениям ОДНА ПЛОХАЯ НОВОСТЬ ДЛЯ БИЗНЕСА И МНОГО ХОРОШИХ



Рис. 2. Книга, отрывок из которой представлен ниже.

В рынок вакансий можно не верить, но избежать его уже ни у кого не получится.

Плохая новость

Неприятность заключается в том, что бизнес, которому и так нелегко жить в условиях продолжающегося кризиса и снижения дохода населения, попадает в новый для себя невидимый рынок вакансий, который предъявляет жесткие требования к производителям вакансий. Напомню, что я не ввожу новый термин, а предлагаю считать вакансией как вакантное место, так и место, занятое руководителем или специалистом. Если ценный для компании работник принесет заявление об уходе по собственному желанию, – это означает, что фирма не смогла продать данную вакансию, более успешным оказался ее конкурент, куда собрался уходить этот работник.

Хорошие новости

Приятно уже то, что хороших новостей много.

– Хорошая новость номер один заключается в том, что ваша компания может оказаться одной из первых, кто начнет профессионально работать на рынке вакансий (не забрасывая дела и на обычном рынке, где продаются продукты фирмы).

– Вторая хорошая новость заключается в том, что технологии большого числа управленческих инструментов для работы на рынке вакансий потребуют малой коррекции. Например, как и на обычном рынке, я рекомендую классифицировать своих конкурентов в группы, используя в качестве основания для классификации схожие силы и слабости компаний из одной группы. А выявленные силы и слабости конкурентов из каждой группы – источник для генерации стратегических решений компании для победы на рынке вакансий.)

Имея опыт разработки и реализации стратегии фирмы, ее менеджмент может самостоятельно выполнить такую работу и для нового рынка. А если до стратегии, выполненной согласно современным представлениям, руки у менеджмента до сих пор не доходили, компания может сначала выполнить разработку стратегии для работы на рынке вакансий, а приобретенный опыт использовать для разработки и реализации стратегии на привычном рынке.

– Отличная новость заключается в том, что в «лице рынка вакансий» появляется реальный стимул для улучшения практики управления. А недостаточно хорошая практика управления – главная причина экономического отставания нашей страны в большом числе отраслей.

Поясню это на простом примере. Вы отдыхали летом в речном круизе и вам, в целом, все понравилось (питание, экскурсионные программы, развлечения и пр.). И очевидно, что потребителю оказанных в круизе услуг безразлично – хороша ли практика менеджмента у круизной компании.

Другое дело – работники круизной компании (руководители и специалисты). Для них одной из важнейших характеристик вакансии является организация работы в фирме. При плохой организации приходится перерабатывать, чтобы оказать туристу качественные услуги, компенсировать ошибки менеджмента своими дополнительными усилиями, нервами и пр.

– Маркетинг, подразделения которого есть не только во всех крупных компаниях, но, полагаю, во всех средних компаниях, в реальности отсутствует в большинстве и малых, и средних, и больших компаний нашей страны (об этом я уже писал). Если же получение регулярной обратной связи о качестве товаров и услуг для проведения полезных изменений в вашей компании уже имеется (главное в маркетинге) – вам повезло быть одними из первых в постановке реального маркетинга.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.