

ПОДХОДЫ И ОПЫТ АДАПТАЦИИ КОМПАНИИ К ЦИФРОВОМУ МИРУ

Рисунки, представленные в презентации,
взяты в Интернете в свободном доступе

Титов Юрий Иванович

Москва, 2021

www.ngpc.ru

ВАРИАНТЫ АДАПТАЦИИ

Время наступления события, суток	Варианты адаптации	Описание вариантов адаптации
<p style="text-align: center;">ДО наступления события (например, объявления пандемии)</p>	1. Быстрая адаптация	Целенаправленная адаптация на основе осмысления предстоящих или происходящих изменений.
	2. Адаптация методом копирования успешных практик	Адаптация, построенная на основе копирования успешных практик. Может проводиться без системного осмысления происходящих изменений.
<p>НАСТУПЛЕНИЕ ВАЖНОГО СОБЫТИЯ В РАМКАХ ПРОИСХОДЯЩИХ ГЛОБАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ (НАПРИМЕР, ОБЪЯВЛЕНИЕ ПАНДЕМИИ)</p>		
<p style="text-align: center;">ПОСЛЕ наступления события (например, объявления пандемии)</p>	3. Адаптация, построенная по принципу «событие – реакция»	Адаптация, построенная на основе реагирования только после наступления события
	4. Медленная (эволюционная) адаптация	Система адаптируется без системного осмысления происходящих изменений в ходе естественной смены поколений.

ОБРАЗ ВИДЕНИЯ БИЗНЕСА ЛИДЕРА – ОСНОВА (ФУНДАМЕНТ) БИЗНЕСА



ЛИДЕР

Внутренняя работа ЛИДЕРА

1. Лидер собирает информацию
2. Оценивает ситуацию
3. Формирует свой **ВНУТРЕННИЙ ОБРАЗ ВИДЕНИЯ**



БИЗНЕС



**На основе видения лидера
строится весь бизнес**



ОБРАЗ ВИДЕНИЯ ЛИДЕРА

3

ОБРАЗ ВНУТРЕННЕГО ВИДЕНИЯ ЛИДЕРА - ОСОБАЯ ЦЕННОСТЬ



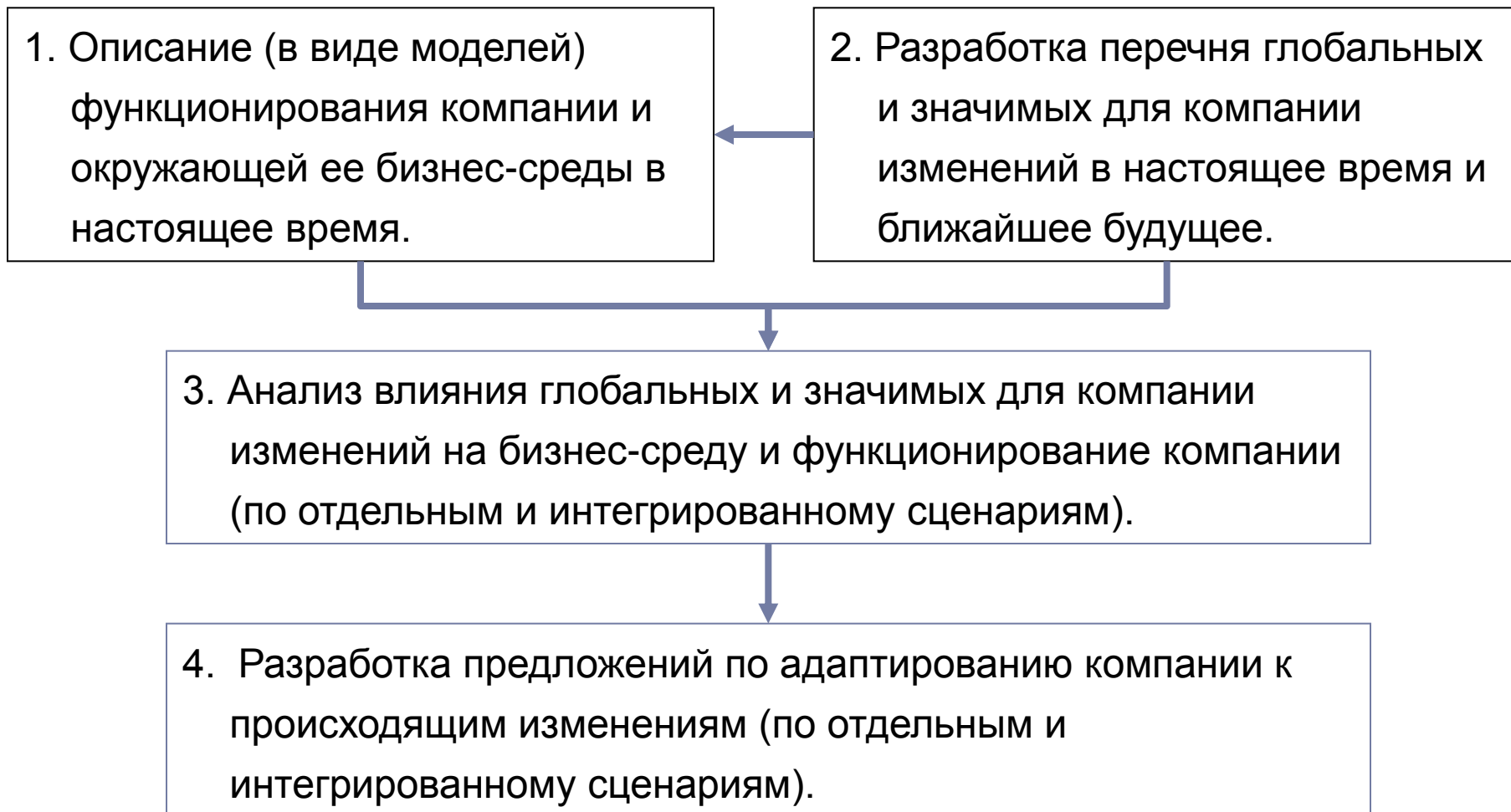
На основе внутреннего образа видения лидером ситуации строится всё управление системой

В условиях постоянно изменяющейся внешней среды
ГЛАВНОЙ ЦЕННОСТЬЮ СИСТЕМЫ СТАНОВИТСЯ МЫШЛЕНИЕ ЛИДЕРА

ОБРАЗ ВНУТРЕННЕГО ВИДЕНИЯ ЛИДЕРА - ОСОБАЯ ЦЕННОСТЬ

ЭТУ ЦЕННОСТЬ НУЖНО УМЕТЬ СОХРАНЯТЬ И ПРИУМНОЖАТЬ

ЛОГИКА БЫСТРОЙ АДАПТАЦИИ КОМПАНИИ



1 ЭТАП. ЛОГИКА ОПИСАНИЯ РЕАЛЬНОСТИ И ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

ЛОГИКА



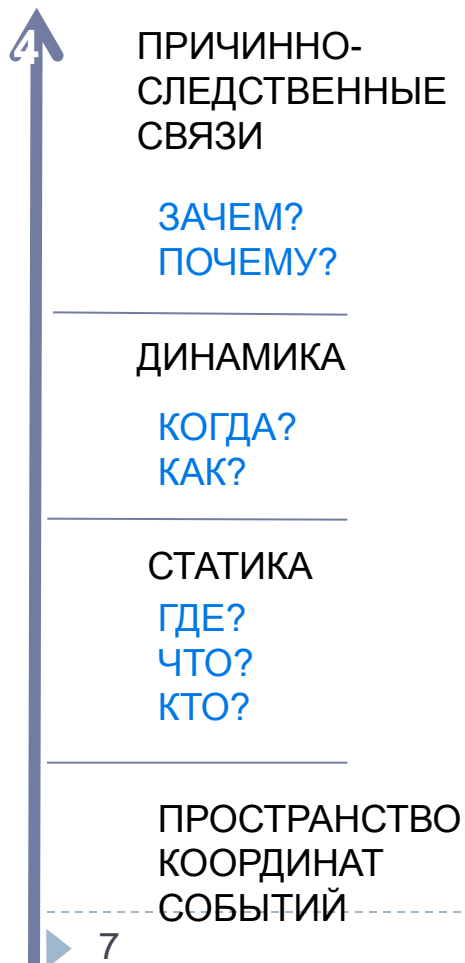
ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

1 ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ МЕНТАЛЬНЫХ ОПЕРАЦИЙ ЧЕЛОВЕКА

2 ПРОСТРАНСТВА СОБЫТИЙ

3 УРОВНИ ВИДЕНИЯ СИТУАЦИИ

4 ПОЗИЦИИ ВИДЕНИЯ СИТУАЦИИ

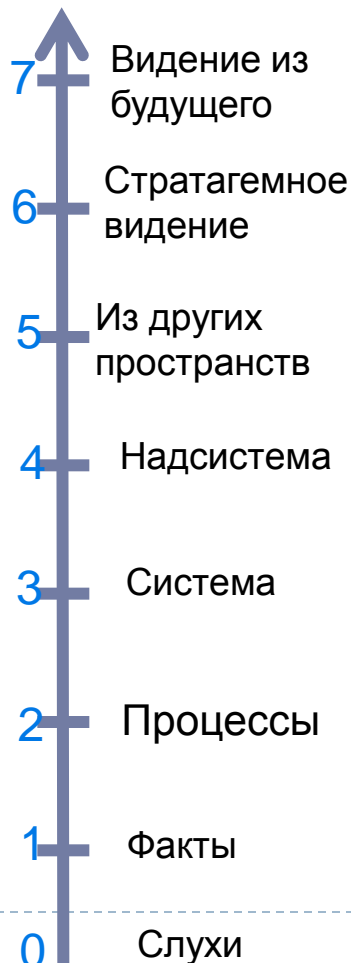


ПРОСТРАНСТВО 1:
Материальный мир

ПРОСТРАНСТВО 2:
Внутренний мир человека

ПРОСТРАНСТВО 3:
Групповое виртуальное пространство

ПРОСТРАНСТВО 4:
Киберпространство



МОДЕЛИ

К сложному



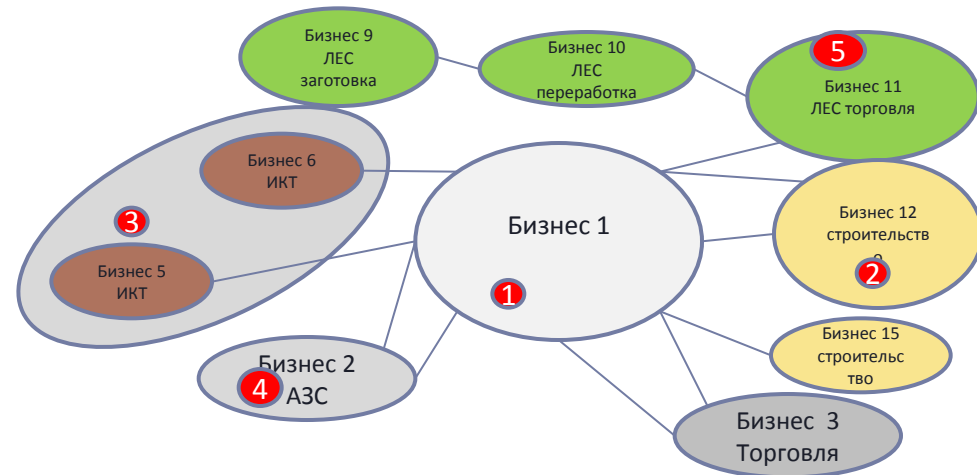
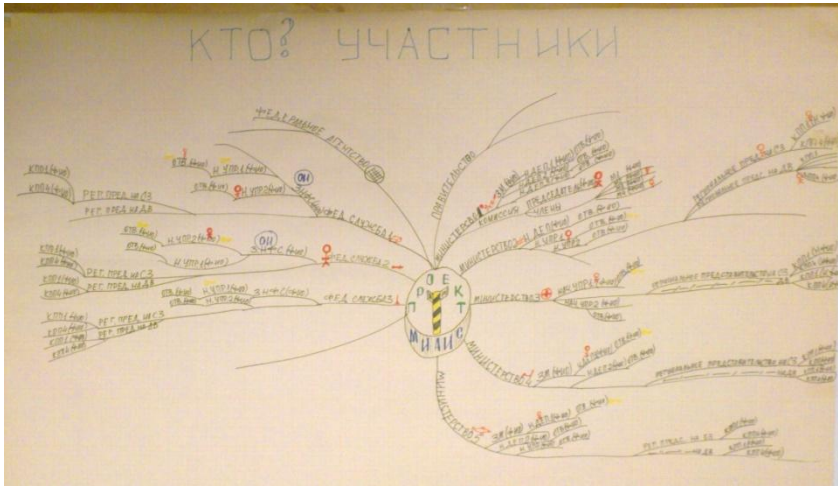
УРОВНИ	СУЩНОСТЬ	ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНЫХ МОДЕЛЕЙ
Модели 3 уровня	2. ЗАЧЕМ? 1. ПОЧЕМУ?	3. Модели динамики изменения расстановки сил. 2. Модели расстановки сил. 1. Модели интересов.
Модели 2 уровня	2. КАК?	6. Бизнес-модель компании. 5. Модели проблем, угроз, рисков, решений. 4. Модель функционирования компании. 3. Модель функционирования внешней среды 2. Модель функционирования внешней среды 1. Модель движения потоков во внешней среде.
	1. КОГДА?	
Модели 1 уровня	3. ГДЕ?	2. Модель внешней среды: субъекты, объекты, их характеристики и параметры, расположение объектов и субъектов в пространствах (географическом, экономическом, политическом и др.), проблемы, угрозы, отношения. 1. Модель внутренней среды: субъекты, объекты, их характеристики и параметры, расположение объектов и субъектов в географическом пространстве, проблемы, отношения.
	2. ЧТО? СКОЛЬКО?	
	1. КТО? СКОЛЬКО?	

От простого

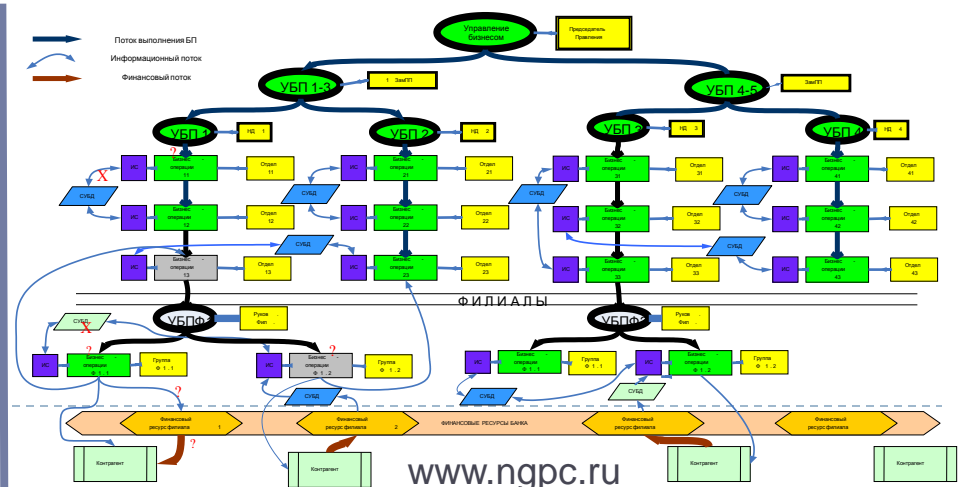
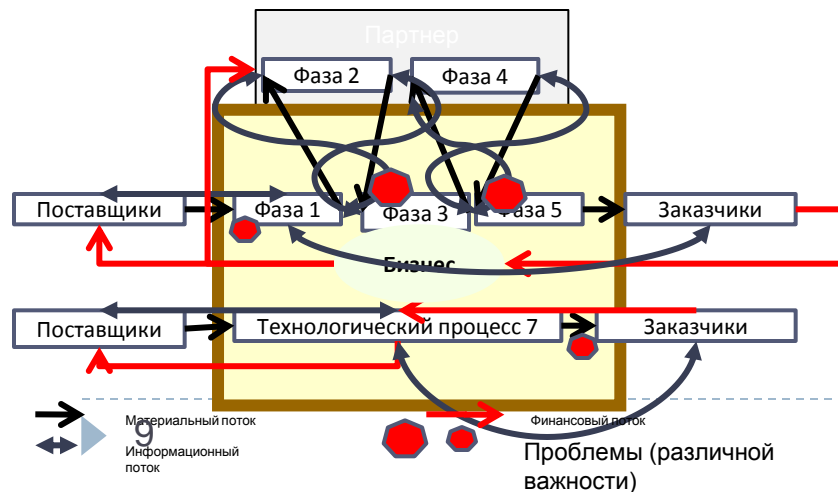


ВИДЫ ОСНОВНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Модели 1-го уровня

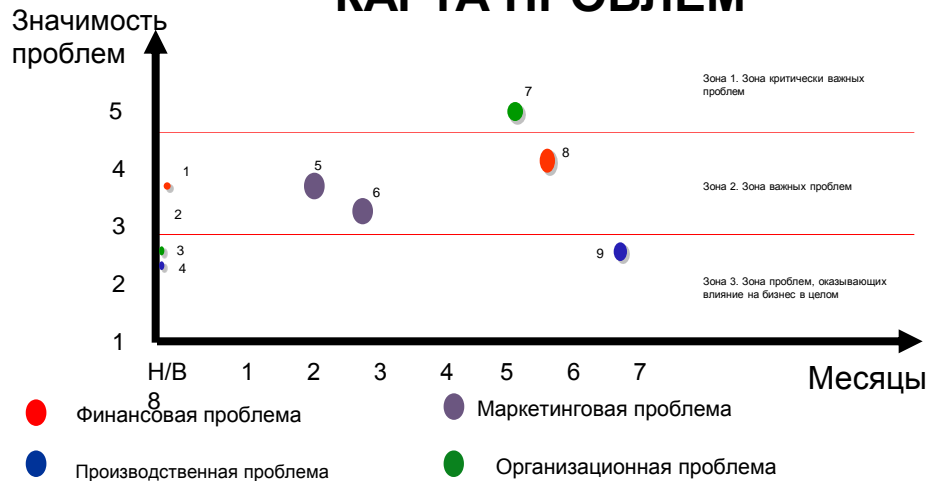


Модели 2-ого уровня



ВИДЫ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПИСАНИЯ КОМПАНИИ И ЕЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

КАРТА ПРОБЛЕМ



КАРТА ПРОЦЕССА

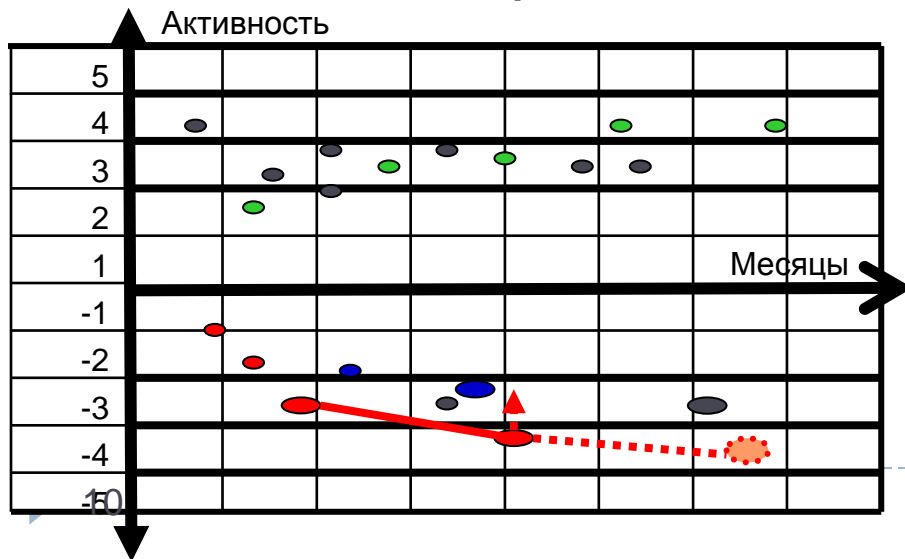
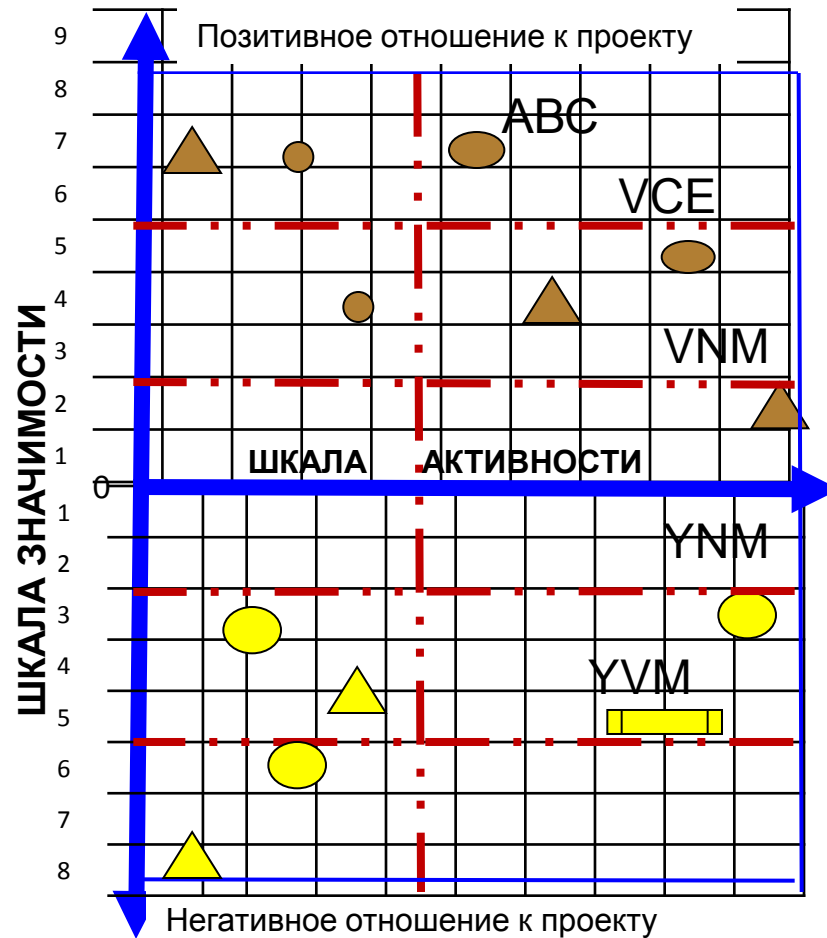


СХЕМА РАССТАНОВКИ СИЛ



АЛЛЕГОРИЯ: ГЛАВНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОПИСАНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ БИЗНЕСА



Спасибо за внимание

КОНТАКТЫ

Национальная Гильдия
Профессиональных Консультантов
ngpc@ngpc.ru

Титов Юрий Иванович
yt9990529@yandex.ru