

ПРЕДПРИЯТИЕ БУДУЩЕГО



ИССЛЕДОВАНИЕ GLOBAL GEO STUDY
КРАТКИЙ ОБЗОР

Данный документ представляет собой краткий обзор исследования серии IBM Global CEO Study под названием The Enterprise of the Future («Предприятие будущего»).

С полным текстом отчета по данному исследованию можно ознакомиться по адресу: ibm.com/doing/ru/ceostudy

КРАТКИЙ ОБЗОР

Как будет выглядеть предприятие будущего? Чтобы найти ответ, мы опросили более 1000 руководителей предприятий в разных странах мира. Результаты этого опроса, дополненные нашим статистическим и финансовым анализом, предоставляют уникальные возможности для оценки дальнейших перспектив развития предприятий.

В настоящее время руководители предприятий быстро позиционируют свой бизнес таким образом, чтобы максимально полно использовать открывающиеся возможности для роста. Наши обсуждения с респондентами их планов и проблем позволили сделать ряд поразительных выводов:

Организации находятся под влиянием изменений, и многие из них пытаются адекватно отреагировать на эту ситуацию. Восемь из десяти руководителей осознают приближение больших перемен, однако разрыв между ожидаемыми изменениями и способностью предприятий управлять этими изменениями вырос почти в три раза по сравнению с нашим прошлым исследованием Global CEO Study 2006.

Руководители рассматривают более требовательных клиентов не как угрозу, а как возможность для дифференциации на рынке. Такие руководители увеличивают свои инвестиции в привлечение и удержание все более преуспевающих, информированных и социально ответственных клиентов.

Почти все руководители предприятий модернизируют свои бизнес-модели: почти две трети из наших респондентов внедряют серьезные инновации. Более 40% руководителей преобразуют свои корпоративные процессы для повышения масштабов коллективной деятельности.

Руководители активно переходят к глобальным бизнес-структурам, пересматривают свои возможности и расширяют свои партнерские отношения. Руководители преодолели стандартные клише относительно глобализации. Вне зависимости от масштаба своей деятельности организации преобразуют свой бизнес с целью извлечения выгоды из возможностей глобальной интеграции.

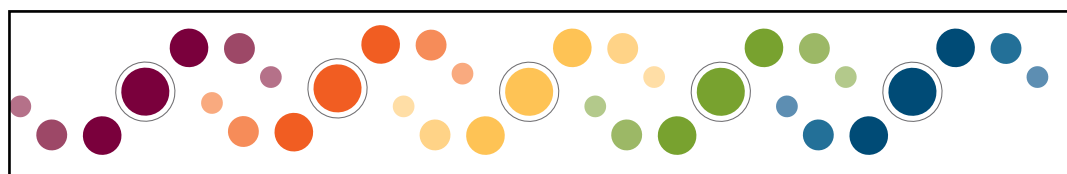
Успешные в финансовом отношении компании ведут более смелую политику. Эти компании предвидят больше изменений и управляют ими лучше. Они активно переходят к глобальным бизнес-структурам, пересматривают свои возможности, расширяют свои партнерские отношения и выбирают более радикальные формы инноваций в своих бизнес-моделях.

«Проще говоря, мы хотим получить значительную долю в тех секторах рынка, которые растут быстрее, что для нашей компании превышает 25%».

*Рон Лоу (Ron Logue),
председатель совета директоров
и главный исполнительный
директор компании State Street*

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ПРЕДПРИЯТИЕ БУДУЩЕГО

Мы охватили своим исследованием весь земной шар (все экономические отрасли и географические регионы, многочисленные компании и организации самого разного масштаба), чтобы определить общие условия, необходимые для успеха в будущем. Характерные признаки **предприятия будущего**:



**ЖАЖДА
ИЗМЕНЕНИЙ**

**ИННОВАЦИИ,
ПРЕВОСХОДЯЩИЕ
ВООБРАЖЕНИЕ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

**ГЛОБАЛЬНАЯ
ИНТЕГРАЦИЯ**

РАДИКАЛИЗМ

**СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ,
ВЫХОДЯЩАЯ ЗА
РАМКИ ОБЫЧНОЙ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ**

«За последнее десятилетие мы увидели больше изменений, чем за предыдущие 90 лет».

*Эд Шиббауэр
(Ad J. Scheerbouwer),
главный исполнительный
директор компании KPN Telecom*

● ЖАЖДА ИЗМЕНЕНИЙ

Предприятие будущего способно изменяться быстро и успешно. Оно не ограничивается реакцией на тенденции, а самостоятельно формирует и стимулирует их. Рыночные и отраслевые изменения рассматриваются как возможность опередить конкурентов.

ОБЛАДАЕТ ЛИ ВАША ОРГАНИЗАЦИЯ ЗДОРОВОЙ ЖАЖДОЙ ИЗМЕНЕНИЙ?

Вы вырастили в своей организации перспективно мыслящих лидеров и предоставили им свободу для инициации значимых изменений?

Вы управляете изменениями с помощью специальных программ и оцениваете эффективность своего управления изменениями?

Вы располагаете адекватными процессами, стимулирующими создание концепций для новых продуктов, услуг и бизнес-моделей? Вы перераспределяете инвестиции в случае необходимости?

● ИННОВАЦИИ, ПРЕВОСХОДЯЩИЕ ВООБРАЖЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Предприятие будущего превосходит ожидания все более требовательных потребителей. Развитые партнерские отношения позволяют такому предприятию предлагать инновации, которые приносят успех как клиентам, так и собственному бизнесу.

«В будущем мы будем все больше и больше внимания уделять просьюмеру – потребителю/продюсеру, который в еще большей степени интегрирован в цепочку формирования прибыли. Это позволит более точно и более персонализировано адаптировать производственные процессы к потребностям клиентов».

*Хартмут Йеннер
(Hartmut Jenner), главный
исполнительный директор
компании Alfred Karcher GmbH*

ВЫ СТРЕМИТЕСЬ ВЫЙТИ ЗА СУЩЕСТВУЮЩИЕ БАРЬЕРЫ?

Вы располагаете новаторскими предложениями, которые обеспечивают выход на принципиально новые сегменты рынка? Какую пользу они могут принести?

Проводите ли вы систематическую оценку рыночного потенциала в других географических регионах? Как вы добиваетесь эффективности своих глобальных брендов, продуктов и услуг, сохраняя при этом свою значимость для регионального рынка?

При изменении предпочтений клиентов ваша компания осознает это первой и реагирует соответствующим образом или ваши конкуренты действуют быстрее?

Вам удается эффективно интегрировать разнородные данные и системы с целью улучшения интеллектуального анализа предпочтений клиентов?

● ГЛОБАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

Предприятие будущего интегрируется с целью использования возможностей современной глобализированной экономики. Его бизнес стратегически организован таким образом, чтобы в любой точке мира иметь доступ к наилучшим возможностям, знаниям и ресурсам и применять их при любых обстоятельствах.

ВЫ ИЗВЛЕКАЕТЕ ВЫГОДУ ИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ?

Вы эффективно интегрировали выделяющие вашу компанию возможности, знания и ресурсы со всего мира с помощью целой сети экспертных центров?

Ваша бизнес-модель основана на принципах глобальной интеграции (даже если ваша организация не располагает подразделениями в других странах)?

У вас есть детальный план глобального партнерства и слияний/приобретений?

Вы воспитываете лидеров, которые мыслят и действуют глобально?

Вы формируете и поддерживаете социальные связи, способствующие интеграции и инновациям?

«Мы должны двигаться в направлении глобальной координации, но продолжать учитывать местную специфику. Подобным образом должны быть сбалансированы даже бэк-офисные системы».

*Мартин Соррелл
(Martin Sorrell),
главный исполнительный
директор компании WPP*

● РАДИКАЛИЗМ

Предприятие будущего радикально преобразует свою бизнес-модель, устраняя основу для конкуренции. Оно меняет свои предложения, трансформирует традиционные подходы к доставке и, при наличии соответствующих возможностей, модернизирует и себя, и отрасль в целом.

ВЫ ГОТОВЫ К РАДИКАЛЬНЫМ ИЗМЕНЕНИЯМ?

Модель радикальных изменений связана с модернизацией вашей отрасли?

Кто является автором этой модели, вы или ваши конкуренты?

Вы пытаетесь понять, где появится следующая радикальная идея реорганизации бизнес-модели?

Вы осуществляете мониторинг своей отрасли на предмет наличия концепций и бизнес-моделей, способных трансформировать ваш рынок?

Способны ли вы сегодня создать пространство для применения инновационных бизнес-моделей, сохранив текущую продуктивность?

«Для нас инновации в области организационного управления сводятся к наличию надлежащей бизнес-модели для выхода на другие рынки и для сохранения новых возможностей»

*Эндрю Брандлер
(Andrew Brandler),
главный исполнительный
директор компании
China Light and Power*

«По моему мнению, корпоративная социальная ответственность в своем развитии проходит через три этапа. Люди начинают рассматривать такие проблемы, как экология, поскольку внешние обстоятельства вынуждают их поступать подобным образом. Затем они осознают, что эта деятельность принесит реальную пользу их бизнесу. И наконец, они выходят за рамки вынуждающих факторов и эгоистичных мотивов, становясь пылкими приверженцами социальной ответственности, поскольку «это правильно».

*Винод Мумтал
(Vinod Mittal),
управляющий директор
компании ISPAT Industries*

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ВЫХОДЯЩАЯ ЗА РАМКИ ОБЫЧНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Предприятие будущего выходит за рамки обычной филантропии и соответствия общепринятым нормам, проявляя в своих действиях и решениях истинную заботу об интересах общества.

ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ ЦЕЛОСТНЫЙ ПОДХОД К СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОРПОРАЦИЙ?

Вы осознаете потребительские ожидания своих клиентов в отношении социальной ответственности вашей компании? Как вы учитываете эти ожидания в своих решениях?

Известно ли вам, к мнению каких неправительственных организаций прислушиваются ваши клиенты, и сотрудничаете ли вы с этими организациями?

Имеете ли вы представление о современных экологических инициативах, которые могут иметь отношение к вашей стратегии социальной ответственности?

Предлагаете ли вы своим сотрудникам возможности для личного выбора?

Как вы гарантируете, что деятельность в масштабе вашего предприятия и расширенной цепочки формирования прибыли соответствует вашим ценностям и заявленным правилам в области корпоративной социальной ответственности?

ПОСТРОЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ БУДУЩЕГО

Концепции и взгляды относительно перспектив бизнеса, которые мы называем предприятием будущего, быстро эволюционируют. Мы провели уникальное исследование в этой области и обобщили мнения высших руководителей компаний и организаций со всего мира. Результаты нашего новейшего исследования Global CEO Study следует рассматривать не как истину в последней инстанции, а как катализатор последующих дискуссий относительно направлений дальнейшего развития бизнеса и предприятий. Мы с нетерпением ожидаем продолжения совместной работы над построением предприятия будущего.

Для получения дополнительной информации об этом исследовании направьте электронное сообщение в Институт IBM Institute for Business Value по следующему адресу: iibv@us.ibm.com. Для загрузки полного текста отчета по исследованию Global CEO Study 2008 посетите Web-сайт:

ibm.com/doing/ru/ceostudy

КАК ПРОВОДИЛОСЬ НАШЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Это третье исследование серии Global CEO Study, которые проводятся каждые два года. В этом году исследование базировалось на личных интервью с 1130 главными исполнительными и генеральными директорами компаний, руководителями организаций государственного сектора и ведущими бизнесменами разных стран мира¹. Одна из задач нашего исследования состояла в том, чтобы понять различия между ответами успешных в финансовом отношении компаний и менее успешных компаний. Применительно к компаниям, по которым имелась общедоступная финансовая информация, мы сравнивали данные о доходах/прибылях со средними значениями по данной отрасли в нашей выборке². Компании с результатами выше среднего значения для определенного финансового показателя помечались как «успешные», а компании с результатами ниже соответствующего среднего значения помечались как «менее успешные».

О СЛУЖБЕ IBM GLOBAL BUSINESS SERVICES

Располагая консультантами и специалистами в более чем 170 странах по всему миру, служба IBM Global Business Services предоставляет заказчикам глубокое знание бизнес-процессов и опыт работы в 17 различных отраслях, используя передовые инновации для сокращения сроков выявления, создания и получения экономического эффекта. Служба IBM Global Business Services предлагает одну из крупнейших в мире консалтинговых групп по стратегиям и изменениям (Strategy & Change), на которую работают более 3250 квалифицированных специалистов. Институт IBM Institute for Business Value, входящий в состав службы IBM Global Business Services, на основе фактического материала разрабатывает стратегические прогнозы для высшего управленческого персонала по критически важным отраслевым и межотраслевым вопросам.



© IBM Восточная Европа/Азия
123317, Москва
Краснопресненская наб., 18
Тел.: +7 (495) 775-8800, +7 (495) 940-2000
Факс: +7 (495) 940-2070
ibm.com/ru

IBM и логотип IBM являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками International Business Machines Corporation в США и/или других странах. Другие названия компаний, продукции и услуг могут являться товарными знаками или знаками обслуживания соответствующих компаний. Упомянутые в данной публикации продукты и услуги IBM могут быть недоступны в ряде стран, где IBM ведет свою деятельность.

Примечания

- 1 Сотрудники IBM провели личные интервью с 95% респондентов, остальные респонденты были опрошены по телефону сотрудниками организации Economist Intelligence Unit. Для упрощения восприятия мы называем всех респондентов в данном отчете обобщенным термином «руководители».
- 2 В зависимости от наличия общедоступной финансовой информации, мы смогли охватить финансовым анализом 530 компаний. По аналитическим и статистическим соображениям мы сравнивали успешность компаний по следующим трем финансовым показателям: 1) среднегодовой темп роста доходов в сложных процентах (CAGR) в 2003 – 2006 гг., 2) темпы роста маржи чистой прибыли в сложных процентах (CAGR) в 2003 – 2006 гг., 3) средняя маржа абсолютной прибыли за период 2003 – 2006 гг.