

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В МИРЕ VUCA**

В последнее время становится всё очевиднее, что современный мир в целом и каждый человек в отдельности при существующем технологическом прогрессе становится более уязвимым. Сложные энергетические, коммунальные и информационные системы делают образ жизни миллионов, особенно живущих в больших городах, с бытовой точки зрения весьма комфортным и требующим минимальных физических нагрузок. При этом количество информации, потребляемой в день, превышает объём, который наши предки получали за всю жизнь. Эмоциональные и психологические нагрузки, связанные с зарабатыванием средств на жизнь, всё чаще становятся перегрузками. Количество психических заболеваний в мире растёт настолько быстро, что по прогнозам Всемирной Организации Здравоохранения к 2020 году психические заболевания выйдут на первое место в структуре заболеваемости, обогнав сердечно-сосудистую патологию [1].

Современный мир характеризуется значительным динамизмом, неопределённостью и сложностью взаимоотношений. Концепция, описывающая нестабильность современного и, скорее всего, будущего мира, получила название VUCA. Это акроним, образованный начальными буквами четырёх слов:

- **Volatility** (изменчивость, нестабильность, неустойчивость, волатильность) – ситуация меняется быстро и непредсказуемо (на основе данных изменений нельзя предсказывать будущую ситуацию или планировать действия).
- **Uncertainty** (неопределённость) – то «место», где основные разрушительные изменения случаются. И прошлое в данном месте не является предсказателем будущего: определение того, что грядёт, является крайне затруднительным.
- **Complexity** (сложность) – «место», где множество сложных для понимания фактов, причин и факторов складываются в проблемы.

• **Ambiguity** (неясность, двусмысленность, неопределенность) - «место», где сложно ответить на вопросы «кто, что, где, когда, как и почему» [2].

По словам Кевина Робертса, мы живем в мире, который называют миром VUCA – нестабильном, неопределенном, сложном и неоднозначном. Для того, чтобы победить в VUCA-мире бизнесменам, маркетологам и всем креативным людям важно понять: все, что они делают, должно приносить людям радость именно сейчас, в настоящем. Это означает переход от экономики внимания к экономике участия, от эпохи потока информации к эпохе вдохновения. Маркетинг должен вдохновлять людей на действие, так что теперь маркетингом руководят эмоции [3].

Таким образом, на смену миру SPOD, который представляет собой устойчивый (steady), предсказуемый (predictable), простой (ordinary) и определенный (definite) мир, пришёл мир VUCA [2].

Изменчивость ситуации сегодня становится не тенденцией, а постоянным условием современной жизни. Принятие идеи изменчивости означает, что предприятие должно быстро реагировать на изменения, происходящие в глобальном мире, стране, регионе или на конкретном рынке. Иными словами, единственным способом выживания предприятия в этих условиях является сокращение времени реакции на изменения. Реакция на изменения во внешней среде требует адаптации предприятий относительно различных аспектов его деятельности. Она должна опираться на определение сильных и слабых сторон предприятия, а также разработку стратегии на основе возможных сценариев развития ситуации.

Развитие предприятий в условиях VUCA требует новых подходов к отбору и обучению персонала. Компетенции, которые необходимы в новых условиях развития, значительно отличаются от тех, на которые делался упор ранее. Поэтому нужна новая модель управления персоналом, основой которой является эффективная адаптация к условиям VUCA.

Особые требования VUCA-мир выдвигает и к топ-менеджерам, их умение коммуницировать с собственным персоналом и внешней средой. Сегодня авторитет топ-менеджера основывается на воздействии, а не на контроле или должностному власти. По словам Кевина Робертса, в новом мире побеждают не властные лидеры, а креативные, которые умеют превращать проблемы в возможности и вдохновлять других. Они создают общество, в котором обеспечены ответственность, обучение, признание и радость. Именно в таком обществе рождаются идеи. Вместо того, чтобы месяцами планировать, обсуждать и вести переговоры, креативные лидеры нацелены на конкретные действия. Креативный лидер должен научиться терпеть неудачи и быстро исправлять свои ошибки [3].

Таким образом, коммуникации с собственным персоналом, построенные на разъяснении ситуации, умения вдохновлять людей на креатив и эффективный труд, является основной компетенцией лидеров. Те предприятия, топ-менеджеры которых это поймут, смогут адаптировать предприятие к современным условиям развития бизнеса.

#### *Литература:*

- 1) Статистика ВОЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brain-master.ru/statistika-voz.html> (дата обращения 16.05.2018).
- 2) Мир VUCA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://becmology.blogspot.com/2016/03/vuca.html> (дата обращения 16.05.2018).
- 3) Кевин Робертс. Менеджмент умер. Маркетинг умер. Стратегия умерла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://slon.ru/calendar/event/821687/>.