

Управление бизнесом в условиях повышенной неопределённости

Научный руководитель – Акимова Ольга Александровна

Маликова Амина Абдулхалыковна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа
бизнеса (факультет), Кафедра менеджмента, Москва, Россия

E-mail: malikova.am@yandex.ru

На протяжении всей истории бизнеса предприниматели сталкивались с неопределённостью. В разные периоды это касалось разных сфер. Однако сейчас проблема неопределённости становится всё более актуальной и важной. Если раньше владельцы бизнеса могли планировать и создавать долгосрочные стратегии развития, то сейчас это сделать затруднительно. Например, только в период ковида закрылось более 1,16 млн предприятий малого и среднего бизнеса, а это в 2,3 раза больше, чем годом ранее [4], что может свидетельствовать о неготовности данного сегмента эффективно функционировать в условиях неопределённости.

До 2010-х годов бизнес сталкивался скорее с неуверенностью. Как отмечает О.С. Виханский «в ситуации неуверенности срабатывают разного рода стохастические методы прогнозирования. Именно поэтому во второй половине прошлого столетия значительные усилия были направлены на разработку разного рода математических моделей, которые позволяли в значительной мере избавиться от неуверенности» [2]. Однако сейчас мы сталкиваемся не с неуверенностью, в которой помогло бы создание различных математических моделей, а неопределённостью. А разница между неуверенностью и неопределённостью, как подчеркивает автор, заключается в том, что «в случае же неопределённости неизвестно, собственно каким может быть результат. Неясно, правильно или неправильно мы что-то делаем, так как знаем очень мало. Это совершенно другая ситуация» [2].

Н. Талеб в своей книге «Чёрный лебедь», направленной на исследование неопределённости отмечает, что следует изучать неопределённость рынка «чтобы вам приоткрылась природа случайности, которая дает ключ к психологии, теории вероятности, математике, теории решения и даже статистической физике» [1].

Поскольку большая часть российского рынка представлена малым и средним бизнесом и составляет уже 6,59 млн предприятий [5], в данной работе мы решили исследовать факторы неопределённости среди именно таких предприятий.

Автором был разработан опрос для представителей данного бизнес-сегмента, опрос содержал три вопроса:

1. С каким видом неопределённости в бизнесе вы сталкивались в последний раз при ведении бизнеса?

5 вариантов ответа:

а) Политическая б) Экономическая с) Технологическая д) Социальная е) Чёрный лебедь

2. Факторы, которые на ваш взгляд способствуют неопределённости в бизнесе.

5 вариантов ответа с возможностью множественного выбора:

а) Политические б) Экономические с) Экологические д) Технологические е) Социальные

3. Как вы справляетесь с неопределённостью в бизнесе? (открытый вопрос)

В опросе приняли участие 53 респондента, среди которых 60% являются представителями ИП, 70% опрошенных входят в возрастную категорию от 18 до 35 лет.

Отвечая на первый вопрос, 40% респондентов отметили, что в последний раз они столкнулись именно с экономической неопределённостью, а вторым по популярности ответом оказалась политическая неопределённость.

Отвечая на второй вопрос о факторах, которые более всего способствуют неопределённости в бизнесе, 66% респондентов выбрали экономические факторы, а 60 – политические.

Последний открытый вопрос был задан для того, чтобы выявить как участники опроса справляются с неопределённостью. 20 респондентов отметили, что в современных условиях бороться с неопределённостью помогает искусственный интеллект, в частности, инвестирование в кибербезопасность и автоматизированные системы, а так же изучение инноваций за рубежом, интеграция цифровых платформ для обратной связи с клиентами, анализ рынка с помощью ИИ-инструментов. 7 респондентов отметили роль команды в борьбе с неопределённостью, а 5 – agile-метод и гибкость в бизнес-процессах.

Подводя итоги исследования, можно сказать, что, по мнению респондентов, ответом на новые вызовы являются новые решения, связанные, например, с использованием ИИ и новых технологий. Искусственный интеллект становится неотъемлемой частью всех сфер нашей жизни, поэтому многие предприниматели сегодня рассматривают инструменты на основе ИИ как помощников в автоматизации бизнес-процессов и построении алгоритмов долгосрочного функционирования бизнеса. Однако стоит обратить внимание на то, что «применение ИИ должно быть оправдано и соответствовать целям и задачам... не стоит использовать ИИ просто ради новизны или, модных тенденций» [3].

Источники и литература

- 1) 1. Талеб Н.Н. Чёрный лебедь. Под знаком непредсказуемости. – 2 издание, переработанное и дополненное / -М.: Азбука, Махаон, 2024. С 213.
- 2) 2. Виханский О.С. Парадигмы менеджмента // Вестник Московского университета. 2009, Серия 24, Менеджмент, №1, С 18-19.
- 3) 3. Бордунос А., Акимова О. Генеративный искусственный интеллект для вовлечения студентов на занятии: практический опыт. Санкт-Петербург, 2024, С 65.
- 4) 4. Сбер. Бизнес. 2020 г. https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/pot-eri-rossijskogo-biznesa-ot-koronavirusa/
- 5) 5. Риа Новости. 2024 г. <https://turbo.ria.ru/20240520/issledovanie-1947163517.html>