



ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

ЕСЕ

ПО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМЕНИТЕ

НА ТЕМА:

АДАПТАЦИЯТА НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

Изготвил:

Проверил:

София, 2016

С цел да се адаптират, организациите трябва да хващат сигналите на промяна от външната среда, да ги декодират и бързо да действат, за да се усъвършенстват или преоткрият своя бизнес модел

Автомобилът и водачът определя кой е спечелил състезанието. Но днес спортът се отнася предимно до засичане на сложни сигнали и вземане на адаптивни решения. Стотици сензори се вграждат в автомобилите; състезателните екипи непрекъснато събират и обработват данни за няколко хиляди променливи - вариращи от атмосферни и пътни условия за оборотите на двигателя и ъглите на криви - и ги въвеждат в динамични симулационни модели, които ръководят решенията в части от секундата на пилотите. Иновации от един отбор могат мигновено да вдигнат летвата за всички.

Имайки предвид, че различните сигнали могат да бъдат на разположение едновременно за всички играчи, адаптивните компании трябва по подобен начин да разчитат на сложни системи за продажби, за да се гарантира получаването на правилната информация навреме.

По своето естество, адаптацията е локална. Също така тя е и глобална по своя характер, защото ако един локален експеримент е успешен, той ще бъде уловен от останалите пазарни участници. Затова организациите трябва да създават среда, която насърчава притока на знания, разнообразие, автономия, поемане на риск, споделяне и гъвкавост. В такива условия адаптацията се случва. Противно на класическото стратегическо мислене, стратегията следва организацията в адаптивните компании.

Гъвкавата структура и разпределението на правата за вземане на решения са мощни лостове за повишаване на адаптивността. Обикновено, адаптивните компании заменят постоянни силози и функции с модулни единици, които свободно комуникират и се рекомбинират според конкретната ситуация. За да се потвърди тази рамка, е полезно да има слаби или конкуриращи се структури на власт и култура на конструктивни конфликти и несъгласие.

Превръщането в адаптивен конкурент може да бъде трудно, особено за големи, установени организации. Обикновено тези фирми са ориентирани към управление на мащаба и ефективността, и техните йерархични структури и рутинни дейности нямат разнообразието и гъвкавостта, които са необходими за бързо учене