

Какъв е твоят бизнес? (2004 г.)

Автор: Доцент Симеон Желев, УНСС

Въпросът – заглавие на настоящата колонка изглежда в голяма степен безсмислен. Нима всеки не всеки знае какъв е неговият бизнес?! Едни отговарят - да произвеждам ..., други – да превозвам ..., трети да търгувам с ... и т.н. Какво толкова неясно и трудно има да определиш собствения си бизнес? И изобщо, що за смисъл има този въпрос?

Нека започнем със смисъла на този въпрос. Първо, за да бъде успешна една компания сега и по-нататък е нужно в нея, сред и помежду всички нейни звена и служители *общо разбиране* що за предприятие е тя. Без отговор на въпроса “Какъв е нашият бизнес?” такова общо разбиране и поглед са невъзможни. А без тях се получава като в приказката за орела, рака и щуката, че и по-лошо.

Второ, правилният отговор на “Какъв е нашият бизнес?” е задължителна предпоставка за точното определяне на *целите* и *насоките* на развитие на компанията.

Трето, от правилния отговор на този въпрос зависи в дали целите ще останат само на хартия, дали ще се превърнат в “усмирителна ризница” или ще се претворят в *действие*.

Четвърто, правилният отговор означава и наличие на ясно осъзнати *ангажменти* от страна на висшето управление както към собствената компания, тъй и към клиентите и обществото като цяло.

Пето, правилният отговор позволява *фокусирането на вниманието* на компанията към онези фактори и тенденции, които ще предопределят климатът, в който тя ще работи в по-близкото или по-далечното бъдеще.

Наистина е трудно да се даде отговор на “Какъв е нашият бизнес?”. Във времена на успех никой и не помисля да се занимава с подобни самоочевидни неща. Не е прието да се оспорва успеха. Победителите не ги съдят. Във времена на провал пък никой няма време, стремейки се към спасяване на кожата.

Ако не чрез “производство на...”, “търговия с..”, “услуги в областта на...”, как може да се даде отговор на въпроса “Какъв е нашият бизнес?”

Правилният отговор може да се постигне само, ако на бизнеса се погледне отвън - през очите на потребителя и пазара. Той не се съдържа нито в учредителния договор, нито в устава. Но трябва да се помни и нещо повече. Дори и най-добре

намерените отговори на “Какъв е нашият бизнес?” остаряват. И скоростта на остаряването расте, което предопределя нуждата от постоянното взирание през погледа на потребителя и пазара.