

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ: КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Зубкова А.Б., Майгурова Д.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Впродовж останнього десятиліття більшість підприємств країн світу намагаються адаптуватись до змін, викликаних зростанням обсягу інформації, розвитком технологій та Інтернету. З'являється більша потреба у пошуках нових шляхів комунікації із кінцевим споживачем та створення цінності. В результаті цих змін з'являються нові методи стратегічного управління, які стають більш популярними в літературі та управлінській практиці.

Ключовими елементами стратегічного управління є формування візії, місії, створення стратегії та постановка цілей. Протягом майже століття у стратегічному управлінні ключовим поняттям була стратегія, направлена на визначення конкурентної переваги, постановку цілей, тощо.

Із появою нових технологій і високих вимог кінцевого споживача до продуктів і послуг виникло поняття бізнес-моделі, яке являє собою цілісну концепцію, яка демонструє різні компоненти бізнесу; описує, як ці компоненти взаємопов'язані задля створення цінності всередині бізнес-екосистеми. Створення цінності є особливо важливим параметром для ринку високотехнологічної продукції, оскільки життєвий цикл таких товарів короткий і потребує постійного модифікування та пошуку нових шляхів залучення споживачів. Така тенденція може означати, що поява нових технологій буде збільшувати потребу в додаткових розробках нових бізнес-моделей.

Один з основоположників концепції бізнес-моделі О.Остервальдер, наголошує на тому, що стратегія та бізнес-модель доповнюють одна одну. Остервальдер стверджує, що бізнес-модель – це трансформація стратегії в логіку того, як компанія буде заробляти гроші. На рівні бізнес-моделі, стратегія компанії та її візія перетворюються на ціннісні пропозиції, відносини з клієнтами та мережу створення цінності. Дослідники наголошують на потенційних перевагах формування бізнес-моделі, як одного з найважливіших факторів успіху стратегічного управління компанії і як невіддільний додаток до технологічних інновацій. Це обумовлено потенціалом отримання високої економічної цінності завдяки меншим вимогам до інвестицій в науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи й спеціалізовані ресурси.

Можна з впевненістю говорити про те, що ні стратегія, ні бізнес-модель окремо не зможуть забезпечити успіх діяльності компанії. Активні суперечки стосовно того, що є важливішим стратегія або бізнес-модель в кінцевому підсумку приведуть до усвідомлення того, що ретельне планування стратегії й створення цінності є фундаментом ефективного стратегічного управління. У зв'язку з чим виникає потреба у подальших дослідженнях концепції бізнес-моделі, чим вона відрізняється від стратегії та як вдало імплементувати ці два інструменти стратегічного управління для того, щоб отримати максимальний ефект.