

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

Кузьминський А.М., Перерва П.Г.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

У сучасному динамічному середовищі трансформація бізнесу є необхідною умовою його виживання та розвитку. Під трансформацією розуміють системні зміни у стратегії, структурі, процесах та культурі компанії з метою підвищення ефективності та відповідності викликам ринку. Особливої актуальності набуває вивчення цих процесів у контексті цифровізації, глобалізації та зміни споживчих очікувань учасників ринку.

Трансформація бізнесу охоплює: цифрову трансформацію: впровадження ІТ-рішень, автоматизація, Big Data, штучний інтелект; організаційні зміни: зміна управлінських структур, корпоративної культури; процесну трансформацію: оптимізація операцій, гнучкі методології (Agile, Lean); модельну трансформацію: переорієнтація бізнес-моделі відповідно до нових сучасних ринкових вимог.

Чинники, що стимулюють трансформацію: технологічний прогрес; конкурентний тиск; зміни в споживчій поведінці; глобальні кризи (економічні, епідеміологічні); нові регуляторні вимоги. Етапи трансформації бізнесу: оцінка поточного стану – аналіз сильних і слабких сторін; визначення візії та цілей трансформації; розробка стратегії змін; імплементація – поетапне впровадження змін; моніторинг та адаптація – оцінка результатів і гнучке реагування. Основні виклики: спротив змінам з боку персоналу; обмеженість ресурсів; недостатній рівень цифрових компетенцій; зизики помилкового планування. Успішні практики трансформації: Amazon – постійна адаптація до цифрового середовища; Netflix – зміна бізнес-моделі від DVD до стрімінгу; Procter & Gamble – впровадження інновацій у виробничі процеси.

Дослідження процесів трансформації бізнесу дозволяє сформувати ефективні механізми реагування на зміни. Успішна трансформація потребує стратегічного бачення, гнучкості та залучення персоналу. Саме ці чинники формують нову якість сучасного бізнесу.

Література:

1. Кулаєць М.М. Інноваційна діяльність в агропромисловому виробництві України // Економіка АПК. 2010. № 6. С. 113.
2. Перерва, П.Г. Інноваційні технології реструктуризації промислового підприємства. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: збірник тез доповідей VIII Міжнар. науково-практ. конф., 25-26 вересня 2014 р. Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2014. С. 119-121.
3. Кулаєць М.М., Куцеконь Л.О. Стратегія інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств // Економіка АПК. 2009. №7. С. 75– 80.
4. Витвицька О.Д. Роль комерціалізації інноваційної продукції у забезпеченні розвитку економіки. Агроінком. 2010. №10-12. С. 12-18.
5. Лайко П.А. Удосконалення інноваційної діяльності в АПК – вимоги часу. Економіка АПК. 2007. №12. С.85-91.