

Масштабируемая ценность

Ключевые слова:

Автор:

Дата публикации: 25.12.2021

Лицензия: © . Копирование, распространение или иное использование разрешается после согласия правообладателя.

Сходство системного инжиниринга второго поколения и стратегического управления компанией как суммой ценностных предложений очевидно, потому что оба базируются на теории стейкхолдеров и следуют идеологии SEBoK. Но полностью приравнять их нельзя. Между ними имеется важное различие. Ценность, создаваемая компанией для своих стейкхолдеров, должна быть масштабируемой – и это принципиально для стратегии. В системном инжиниринге такого ограничивающего требования быть не может.

Масштабируемая ценность наращивает потенциал по мере собственного роста. Немасштабируемая, напротив, сокращает свою перспективу, её можно "вычерпать".

Если ожидаемый срок жизни компании удлиняется по мере её взросления, это значит, что она предлагает своим стейкхолдерам фундаментальную масштабируемую ценность и, чтобы "стареть наоборот", ставит долгосрочное выживание выше прочих целей и мыслит о будущем в терминах антихрупкости. Если рост числа пользователей продукта поднимает его цену на вторичном рынке – это означает, что создатели вложили в него элемент масштабируемой ценности. Если рост прибыли в период А обеспечивает бóльший её прирост в период В – менеджмент создал масштабируемую ценность для акционера. Если заработок поставщиков на сотрудничестве с компанией увеличивает потенциал с ростом объёмов – компания сумела предложить поставщикам масштабируемую ценность.

Постоянный линк:

2022 Vera Via Strategy Consultants