

УДК 65.011.8

ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ И РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ЭКОСИСТЕМ

Автор: Гарькавец В.К., Университет ИТМО,

факультет технологического менеджмента и инноваций

Научный руководитель: Цуканова О.А., д-р.э.н., профессор, Университет ИТМО,

факультет технологического менеджмента и инноваций

Аннотация. В докладе проанализированы теоретические аспекты бизнес-экосистем и приведены примеры компаний, которые успешно внедрили бизнес-экосистемы. На основании этого сформировано заключение об актуальности применения концепции экосистемы и определены условия для разработки и внедрения ее в бизнес.

Введение. Современный мир претерпевает динамические изменения. Возрастает роль инноваций как существующих, так и будущих, способствующих дальнейшему развитию всех отраслей. Компаниям необходимо прибегать к внедрению нововведений в свою деятельность и перестраивать свои бизнес-процессы, чтобы оставаться конкурентноспособными. Использование современных технологий приводит к тому, что любой процесс в компании, связанный с обменом материальными и нематериальными ценностями, выходит за границы традиционного взаимодействия между поставщиками и клиентами. В результате сегодня одной из тенденций является создание единых сетевых платформ, что приводит к появлению бизнес-экосистем. Достижения в области технологий и растущая глобализация изменили представления о способах ведения бизнеса. Старые методы и правила перестают работать в рамках рынка.

Основная часть. Появление такого понятия как «Бизнес-экосистема» в бизнес среде обусловлено усложнением организации экономических систем, возросшей конкуренцией и экономической нестабильностью.

Бизнес-экосистема - набор собственных или партнерских сервисов, объединённых вокруг одной компании. Она может быть сосредоточена вокруг одной сферы жизни клиента или затрагивать сразу несколько из них. Идея состоит в том, что каждый объект в бизнес-экосистеме влияет на другие и подвергается их влиянию, создавая постоянно развивающиеся отношения, в которых каждый объект должен быть гибким и приспособляемым. Такая система может состоять из целого ряда различных продуктов, объединённых одной структурой. Важным аспектом создания и поддержания бизнес-экосистемы является открытая партнерская сеть, позволяющая закрывать все большее количество жизненных потребностей клиентов. Удовлетворение спроса в рамках такой системы возможно с помощью специальных сетевых платформ – приложений.

Для того чтобы понять, как построить бизнес-экосистему необходимо иметь представление о современной бизнес среде. Она состоит из внутренних и внешних факторов. Ко внутренним относятся факторы, над которыми компания имеет некоторый контроль, например, какие коммерческие продукты производить или с кем заключать партнерские отношения. Внешние факторы компания не может контролировать, к ним относятся цены на материалы, законодательство и непредвиденные события, такие как стихийные бедствия или экономические кризисы.

Ведущие компании мира стремятся максимально расширить свои сферы ведения бизнеса, захватывая больше рынков. На смену традиционному подходу в предоставлении продукта клиенту, компании внедряют бизнес-экосистемы, которые позволяют расширять набор продуктов и меняют представления о рыночных сегментах. Экосистемы могут объединять в одном приложении большое количество продуктов и услуг, решая максимум задач своих клиентов.

Такие крупные компании как «Сбербанк», «Яндекс», «Ozon», «Alibaba», «Apple», «Google», «Microsoft», создают глобальные бизнес-экосистемы с сервисами. Экосистемы строятся вокруг потребностей клиентов на сквозной аналитике: при формировании данных из разных областей рождаются важные, иногда неожиданные решения проблем. Примером такой экосистемы выступает компания «Сбербанк», которая является крупнейшим банком в России, интернет-банком, порталом бронирования путешествий и включает еще около 15 сервисов. Доходы компании от внедрения бизнес-экосистемы позволили за 1 квартал 2021 года увеличить выручку в 4 раза по сравнению с 1 кварталом 2020 года.

Успешную бизнес-экосистему также разработала и внедрила компания «Яндекс». В 2017 году она покупает сервис доставки еды Foodfox и на базе этого предприятия создает в 2018 году свой сервис по доставке еды - «Яндекс.Еда». В 2019 году «Яндекс» открывает сервис по доставке продуктов питания - «Яндекс.Лавка». В 2020 году компания создает приложение «Яндекс GO», которое включает несколько сервисов: «Яндекс.Такси», «Яндекс.Драйв», «Транспорт», «Яндекс.Еда», «Яндекс.Лавка», «Яндекс.Доставка», аренду электросамокатов и сервис такси премиального класса «Ultima» и «Маркет Express». Данные примеры показывают, что за счет внедрения бизнес-экосистем, компании привлекают новых и увеличивают лояльность существующих клиентов, повышая свою конкурентоспособность на рынке. На основании этого можно сделать вывод, что бизнес проекты по разработке и внедрению бизнес-экосистем востребованы и актуальны. Доходы компании от внедрения бизнес-экосистемы позволили за 2020 года увеличить выручку на 24% по сравнению с 2019 годом.

Для того, чтобы успешно разработать и внедрить бизнес-экосистему, компаниям необходимо соответствовать следующим условиям:

1. У 50% сотрудников развита культура предпринимательства и саморазвития. Это позволит сформировать пул идей будущих сервисов, которые можно реализовать с помощью цифровых технологий.
2. В руководстве преобладает культура сотрудничества.
3. Повышение осведомленности о новых интересах клиентов и современных тенденциях.
4. Обучение сотрудников на постоянной основе в различных формах (акселератор, наставничество, курсы и т.д.).
5. В стране сформирована среда, направленная на поддержку предпринимательства и инноваций.
6. Доступ к качественной цифровой инфраструктуре, включая сеть интернет.

Выводы. В данном докладе проведен анализ теоретических аспектов бизнес-экосистем и рассмотрены примеры бизнес-экосистем компаний «Сбербанк» и «Яндекс». На основе этого была обоснована актуальность проектов по разработке и внедрению бизнес-экосистемы. Ее успешная реализация позволит организациям повысить свою конкурентоспособность и прибыль. Также были предложены условия, которым должна соответствовать компания для создания бизнес-экосистемы.

О.А. Цуканова

В.К. Гарькавец