

Экосистема как инновационная бизнес-модель крупных компаний

Научный руководитель – Полякова Наталья Львовна

Погорелов Даниил Александрович

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: pogorelov_daniil@bk.ru

Перед изучением темы экосистемы как инновационной бизнес-модели крупных компаний необходимо погрузиться в контекст времени и социально-экономических условий, сделавших возможными эти тренды. Современный этап развития общества характеризуется цифровой экономикой. Получивший распространение в конце XX века, это особый тип экономического развития, который стал следствием замены аналоговых электронных и механических устройств на цифровые, а также активного развития и массового распространения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Согласно определению Всемирного банка, под цифровой экономикой понимается система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании ИКТ [3]. Отличительной чертой цифровой экономики выступает новый характер информации: быстрая скорость её передачи независимо от расстояния, её роль как нового фактора производства, огромное и неконтролируемое её потоки и т.д. Испанский социолог М.Кастельс в своих исследованиях информационного общества подчеркивает, что технологии изменяют структуру экономики, усиливая значение знаний и информации [1].

Цифровая экономика отражает собой переход в эпоху Индустрии 4.0, или Четвёртой промышленной революции, подробно описанной немецким экономистом К.Швабом [5]. Такие технологии, как искусственный интеллект (ИИ), большие данные (big data), интернет вещей (IoT) и др. преобразуют все сферы общества, включая экономику.

Цифровые технологии порождают новый сектор на международном рынке: появляются инновационные компании, заточенные под реалии современных трендов. Всё больше появляется компаний, предоставляющих шеринговые услуги, так называемая экономика по-требованию. Начиная с 2008 года, наступил период бурного развития рынка шеринговых сервисов в разных отраслях экономики, что способствовало оформлению новой социально-экономической модели цифровой экономики – экономики совместного потребления, шеринг-экономики [2].

Более того, для поддержания конкурентоспособности на стремительно меняющемся рынке уже существующие компании проводят реорганизацию производства и управления изнутри, внедряют современные технологии, инновационные бизнес-модели. Среди таких инновационных бизнес-моделей крупных компаний в последнее пятилетие на первый план вышла модель экосистемы. Экосистема как феномен управления современным крупным бизнесом стала возможна только благодаря цифровой экономике, с которой мы начали рассмотрение темы. Современные цифровые технологии, массовый доступ к дешёвому интернету привели к тому, что крупные компании всё больше переносят взаимодействие с потребителями своих товаров или услуг в интернет-пространство.

Экосистема как бизнес-модель представляет собой гибкую, многокомпонентную структуру, в которой различные участники – компании, поставщики, партнеры, пользователи – взаимодействуют на единой цифровой платформе, создавая взаимовыгодные условия для развития и роста [4]. Экосистемный подход отличается от традиционных бизнес-моделей,

ориентированных на линейную цепочку создания ценности, тем, что он основывается на сетевых эффектах, обеспечивая компании долгосрочное конкурентное преимущество.

Одним из пионеров внедрения экосистемного подхода была компания Amazon: начав как онлайн-ритейлер, она трансформировалась в комплексную экосистему, включающую маркетплейс, облачные вычисления (AWS), логистические решения, потоковые сервисы (Prime Video, Amazon Music) и даже разработку собственных устройств (Kindle, Echo). Благодаря синергии различных направлений бизнеса компания не только удерживает существующих пользователей, но и привлекает новых, создавая замкнутую систему цифровых сервисов.

Отечественные компании также активно развивают экосистемные модели. Одним из примеров является Сбер, который трансформировался из банка в экосистему цифровых сервисов, включающую финансовые технологии, онлайн-торговлю, телемедицину, облачные сервисы и другие направления. Такой подход позволяет компании не только расширять клиентскую базу, но и увеличивать доходность за счет кросс-продаж внутри экосистемы. Так, по данным отчётности компании за 2024 год, чистая прибыль составила 1 580,3 млрд рублей и выросла почти на 5% за год [6].

Таким образом, экосистема, представляющая собой объединение цифровых платформ в рамках одной компании, позволяет эффективно удерживать пользователей в своём пространстве, предоставляя им всесторонние услуги — от доставки товаров до доступа к развлекательному контенту. Такое взаимодействие с клиентами в интернет-пространстве также существенно снижает издержки, связанные с арендой помещений и содержанием персонала. В результате компании получают возможность значительно оптимизировать свои операционные процессы, улучшая качество обслуживания и увеличивая свою конкурентоспособность на рынке.

Источники и литература

- 1) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
- 2) Лapidус Л.В. Вызовы цифровой экономики как триггеры цифровой трансформации: эволюционная шкала и причинно-следственные связи. // Интеллект. Инновации. Инвестиции. № 3, 2023 11-27 С.
- 3) Панышин Б. Цифровая экономика: понятия и направления развития // Наука и инновации. №3(193), 2019. 48-55 С.
- 4) Срничек Н. Капитализм платформ / пер. с англ. и науч. ред. М. Добряковой. М.: Изд. дом ВШЭ, 2019. - 125 с.
- 5) Шваб К. Четвёртая промышленная революция: пер. с англ. — Москва: Эксмо, 2023. — 208 с.
- 6) Финансовая отчётность группы «Сбер». URL:<https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/groupresults?tab=msfo>