

Секция «Современные технологии управления финансами государства и бизнеса»

Перспективы бизнес-экосистемы как стратегии роста отечественных компаний

Научный руководитель – Бобылёва Алла Зиновьевна

Титов Иван Андреевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра финансового менеджмента, Москва, Россия

E-mail: TitovIA@spa.msu.ru

Современная бизнес-среда - это VUCA-мир (нестабильный, неопределённый, сложный и неоднозначный). Комплексный характер взаимодействий организаций с внешней средой затрудняет достижение устойчивого сбалансированного роста. Однако активное развитие прикладных цифровых технологий на рубеже XX-XXI веков определило долгосрочный тренд трансформации отечественных компаний. Постепенное размывание границ между отраслями способствует формированию бизнес-экосистем - «особых цифровых сред партнёрства, позволяющих организациям совместно формировать ценность посредством информационно-коммуникационных технологий» [1].

Трансферт прорывных решений определяет синергию бизнес-среды и государства для целей ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере [2]. Проектируемые отечественными компаниями (VK, Сбер, Яндекс, МТС) экосистемы выступают акселераторами инновационных продуктов, содействуя коммерциализации наиболее успешных проектов. Параллельно эффекту на макроуровне, развитие непрофильных направлений деятельности содействует диверсификации активов организаций, открывая возможность экспансии в связанные сферы бизнеса.

Бизнес-экосистема обеспечивает беспшовную интеграцию собственных и партнёрских предложений, объединённых зонтичным брендом или технологической платформой. Преимущества омниканальной коммуникации, агрегированных больших данных и сквозной идентификации способствуют объединению комплементарных сервисов и персонализации клиентского опыта. Закономерно увеличивается количество пользователей экосистемы, что отражается на росте предпринимательского дохода. Согласно финансовой отчётности группы компаний Яндекс, за 2022 год размер консолидированной нерекламной (непрофильной) выручки составил 318 миллиардов рублей, соответственно 61% совокупного дохода [3]. Показатели превысили аналогичные за 2021 (188 миллиардов рублей, 53% совокупного дохода [4]) и 2020 (92 миллиарда рублей, 58% совокупного дохода [5]) года. Оптимистичные результаты экосистемного подхода определяют дальнейшее усиление трансформации бизнес-моделей российских компаний различных отраслей экономики.

Однако процесс цифровой трансформации и усиление влияния бизнес-экосистем на экономическое пространство сопровождается неопределённостью законодательного регулирования. Значимость сетевой архитектуры для государственной политики (особенно развития цифровой экономики) сочетается с ужесточением антимонопольных мер и нормативных правовых актов, касающихся защиты прав потребителей. Также вызывают опасения чрезмерные вложения в иммобилизованные активы банковских экосистем. Возникает риск потери устойчивости финансовых организаций, что может спровоцировать неспособность банка выполнить свои обязательства перед клиентами, или риск кризиса всей финансовой сферы.

Источники и литература

- 1) Nachira F. Towards a network of digital business ecosystems fostering the local development. Bruxelles., 2002.
- 2) Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>
- 3) Яндекс объявляет финансовые результаты за 2022 год: https://yastatic.net/s3/ir-docs/financials/2022/4Q2022_RUS.pdf
- 4) Яндекс объявляет финансовые результаты за 2021 год: https://yastatic.net/s3/ir-docs/financials/2021/4Q2021_RUS.pdf
- 5) Яндекс объявляет финансовые результаты за 2020 год: https://yastatic.net/s3/ir-docs/financials/2020/4Q2020_RUS.pdf