

Уникальный ресурс экосистем

Беспрецедентный рост сферы цифровых технологий положил начало существенным изменениям в организации бизнес-процессов.

Не успел набрать обороты бум цифровых платформ, как на повестке дня появилось новая модель организации бизнеса – экосистема.

Если цифровые платформы в основной своей массе служат местом встречи и взаимодействия различных экономических агентов и их групп, а также инструментом для реализации их экономических активностей, то экосистема интегрирует различные виды бизнеса в своей структуре и предполагает извлечение из них выгоды для себя.

На сегодняшний день отсутствует более или менее четкое определение экосистемы, но предполагается, что это объединение различных структур и участников рынка, предлагающая набор различных товаров и услуг в самых различных и часто не связанных напрямую сферах.

Дж. Ф. Мур, впервые применивший понятие экосистемы в социальных и экономических системах, определяет ее как экономическое сообщество заинтересованных участников рынка. Это предполагает их взаимодействие и взаимозависимость в рамках экосистемы, а также отсутствие между ними конкуренции.

Но не стоит полагать, что этим сущность экосистем и ограничивается: экономическая реальность демонстрирует нам, что у экосистемы есть свой центр контроля и ресурсы, вокруг которых она объединяется. Невозможно отрицать наличие между ними конкуренции, и эта конкуренция крупных структур.

Экосистемы концентрируются на выявлении самых различных потребностей клиентов, и для этого у них есть широкие возможности.

Ранее производители и поставщики товаров и услуг ориентировались на отдельные потребности клиентов, анализируя различные рынки и отдельные сегменты. Сегодня предметом анализа является максимально возможный спектр потребностей каждого клиента, поскольку удастся обеспечить если не все его потребности, то, по крайней мере, их большую часть.

Следовательно, специфичным ресурсом, который интегрируют и контролируют экосистемы, является накопленная информация о клиентах.

Они используют методы работы с большими данными и аналитики для обработки этих больших массивов информации по широкому спектру клиентов. Также имеет место применение нейронных сетей для анализа данных, в частности для прогнозирования клиентского поведения.

Не случайно экосистемы, формирующиеся сегодня (в частности, в РФ), – это крупные банки (Сбербанк, ВТБ) и телекоммуникационные компании (МТС): они имеют доступ к данным клиентов и владеют технологиями работы с большими данными. Это те ресурсы, которые обеспечивают их уникальное конкурентное преимущество и делают их центрами притяжения самых различных сфер бизнеса.

© Карев А.В., 2023