

**БИЗНЕС-ЭКОСИСТЕМА КАК ФОРМА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА:
ВИДЫ, ПРИНЦИПЫ ПАРТНЕРСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ
В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**BUSINESS ECOSYSTEM AS A FORM OF DOING BUSINESS:
TYPES, PRINCIPLES OF PARTNERSHIP AND PROSPECTS
FOR DEVELOPMENT IN THE TEXTILE INDUSTRY**

Н.С. ИВАЩЕНКО, Л.Е. ЗЕРНОВА, В.Ю. МИШАКОВ, О.С. ОЛЕНЕВА, А.А. ОРДЫНЕЦ
N.S. IVASHCHENKO, L.E. ZERNOVA, V.YU. MISHAKOV, O.S. OLENEVA, A.A. ORDYNETS

(Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство))

(Russian State University named after A.N. Kosygin (Technologies. Design. Art))

E-mail: suncycle@mail.ru

Бизнес-среда сегодня гетерогенна и изменчива, скорость изменений высокая, а обеспечить устойчивость существования бизнеса без надежных партнеров все сложнее. Для текстильной промышленности как отрасли, чья продукция востребована в различных секторах экономики и на различных типах рынков, будь то рынок b2b или b2c, решение проблемы поиска эффективных форм сотрудничества весьма востребовано. В связи с этим представление совокупности предприятий в качестве бизнес-экосистемы с присущими ей принципами жизнедеятельности и развития представляется наиболее актуальным. Исследования в данной области затрудняют нечеткость и непоследовательность в использовании понятия бизнес-экосистем применительно к существующим сегодня бизнес-моделям. В статье рассматриваются различные виды бизнес-экосистем и принципы сотрудничества компаний, входящих в их состав, сделана попытка представить и систематизировать многообразие бизнес-экосистем, которые сегодня существуют и развиваются. Подобные классификации должны помочь предпринимателям в выборе наиболее перспективной для них формы управления, учитывающей современные тенденции развития рынка и обеспечивающей рост эффективности деятельности.

The business environment today is heterogeneous and changeable, the speed of change is high, and it is increasingly difficult to ensure the sustainability of a business without reliable partners. For the textile industry as an industry whose products are in demand in various sectors of the economy and in various types of markets, whether b2b or b2c, solving the problem of finding effective forms of cooperation is

in high demand. In this regard, the representation of a set of enterprises as a business ecosystem with its inherent principles of life and development seems to be the most relevant. Research in this area is hampered by the vagueness and inconsistency in the use of the concept of business ecosystems in relation to business models that exist today. The article considers different types of business ecosystems and principles of cooperation between companies within them, and attempts to present and systematize all the diversity of business ecosystems that exist and develop today. Such classifications should help entrepreneurs in choosing the most promising form of management, which takes into account modern trends in market development and ensure the growth of efficiency.

Ключевые слова: виды бизнес-экосистем, преимущества, принципы партнерства в бизнес-экосистемах, классификация, признаки.

Keywords: types of business ecosystems, benefits, principles of partnership in business ecosystems, classification, signs.

Низкая инновационная активность, техническое отставание, сокращение производства, низкий уровень ориентации на клиента и на рыночные тенденции, неспособность конкурировать и продвигать свою продукцию на зарубежных рынках – все это характеризует отечественную текстильную промышленность уже многие годы. Загруженность мощностей по основным видам тканей составляет от 20 до 50%, а использование среднегодовой производственной мощности 69,1% [1].

Как видно из приведенных данных, проблем в текстильной отрасли много и одна из них – необходимость трансформации системы управления, поиска новых форм, механизмов и инструментов развития. Такой формой может являться бизнес-экосистема, представляющая собой сообщество людей и организаций, имеющих общую "среду обитания" (если использовать биологические аналогии), внутри которой происходит обмен информацией и ресурсами, что приводит к видоизменению и преобразованию бизнес-моделей отдельных организаций и их сообществ. Сетевая форма организации и кластеризация, виртуальное взаимодействие и партнерские взаимоотношения, кооперация и коэволюция – все это регалии настоящего времени, которые породили теорию бизнес-экосистем, о которой речь шла давно, но активно она стала обсуждаться в конце XX – начале XXI века.

Развитие бизнес-экосистем в России, в том числе и в текстильной промышленности, отождествляют в основном с инновационными кластерами, имеющими свою специализацию и территориальную локализацию [2], [3] и с цифровыми платформами.

Отличим бизнес-экосистем от вертикально-интегрированных объединений, иерархических цепей поставок и т.д. является, прежде всего, соблюдение тех принципов, на которых в них выстраиваются партнерские отношения. К числу таких принципов относятся: целостность (координация деятельности на основе определенных стандартов) и взаимозависимость, комплементарность (взаимодополняющие товары и услуги) и взаимовыгодность (несоблюдение интересов друг друга ведет к распаду системы), транспарентность (обеспечивает рост доверия между партнерами), динамичность развития и адаптивность, коэволюция, самоорганизация и самообучаемость, гетерогенность (многообразие форм партнеров и видов деятельности), дублирование отношений (устойчивость системы зависит от возможности замены партнера), а также корпоративная культура, декларирующая и поощряющая инновации [4].

Видов бизнес-экосистем в настоящее время приводится в литературе достаточно много и их число все время растет. Как фигурально это описал Г.Б. Клейнер: "Соци-

ально-экономический ландшафт" сегодня прорастает экосистемами, которые в ближайшей перспективе займут в нем центральное место" [5].

Первые упоминания о различных бизнес-экосистемах появились в конце XX – начале XXI веков, что связано с появлением в литературе таких понятий, как *промышленная, экономическая, социальная, предпринимательская* экосистемы [6].

Дж. Мур [7] (автор понятия "предпринимательской бизнес-экосистемы") предложил рассматривать организацию не в рамках отраслевой принадлежности, а в рамках ее среды обитания, сотрудничества, которое может выходить за рамки одной отрасли, и даже одного сектора экономики. Отсюда, в зависимости от масштаба охвата экономических субъектов, конвергенция в рамках бизнес-экосистемы может быть межсекторная, секторная – в рамках одного сегмента (сегментная) или нескольких сегментов (межсегментная) [8]. Другими словами, это могут быть и отраслевые, и межотраслевые системы. В случае, когда речь идет об отдельной взятой компании, говорят о *корпоративной бизнес-экосистеме*. *Корпоративные бизнес-экосистемы* упоминаются в литературе значительно реже и в основном в аспекте саморазвивающейся организации, представляемой в качестве живого организма, где в отличие от жесткой иерархии применяется распределенная (распыленная) структура и превалирует командный менеджмент, выстраиваются партнерские отношения, где каждый сотрудник развивается сам и передает свои знания другим членам коллектива и т.д.

В зависимости от охвата территорий рассматривают *локальные, региональные и межрегиональные бизнес-экосистемы*. В качестве примера региональных бизнес-экосистем часто приводят такую форму объединения, как кластеры, которые одни авторы называют прообразами бизнес-экосистем, другие – переходной формой, частным видом или отдельной частью бизнес-экосистемы.

В зависимости от типа управления различают *интегративные (с традиционным типом управления) и платформенные биз-*

нес-экосистемы [9], что связано с толкованием понятия экосистемы, как минимум, с двух наиболее распространенных разных точек зрения: экосистемы как сообщества участников ("популяции организаций") и экосистемы как платформы.

В интегративных (традиционных) бизнес-экосистемах экономические субъекты (поставщики, посредники, потребители и т.д.) организуются в сообщества в аспекте цепочки создания ценности с целью максимального удовлетворения потребностей клиентов. Рассмотрение их в качестве экосистемы предполагает партнерские отношения, инновационный характер деятельности, совместную эволюцию и т.д. Лидер данного процесса сознательно воспитывает сообщество партнеров (будь то организации или их сотрудники) в направлении непрерывного улучшения [7].

В основе *платформенных* бизнес-экосистем лежит предприятие, обеспечивающее взаимодействие участников посредством набора определенных активов и технологий, инфраструктуры, правил взаимодействия, объединяющих (связывающих) людей, организации и ресурсы. Наибольшее распространение сегодня получили *цифровые платформенные бизнес-экосистемы*, представляющие собой программные комплексы, обеспечивающие базовый набор сервисов, решающих определенные задачи, и объединяющихся в сети разного уровня.

В зависимости от целей создания различают транзакционные бизнес-экосистемы и бизнес-экосистемы решений [10], инновационные и венчурные бизнес-экосистемы.

Сегодня транзакционные экосистемы – это, как правило, цифровые многосторонние платформы, суть которых сводится к осуществлению людьми и организациями взаимных действия (транзакций), облегчению им тем самым поиска друг друга. *Экосистемы решений* – это создание комбинированного предложения для потребителя, удовлетворяющего потребности всех участников, состоящего из комплементарных продуктов и услуг, где саму комбинацию потребитель для себя создает сам, выбирая из предоставленного большого числа предложений разных компаний. *Инноваци-*

онные бизнес-экосистемы генерируют знания, создают и передают пользователю продукт, координируя усилия большого числа разработчиков, включая самих клиентов. Исследователи выделяют также формирование *венчурных экосистем*, назначение которых – поддержка предпринимательства на основе партнерства для успешной реализации проектов.

Акцентируя внимание на том, что сегодня клиенты не только потребляют продукты, но и активно участвуют в создании их стоимости, некоторые авторы [11] предлагают классифицировать бизнес-экосистемы в зависимости от роли в их деятельности клиентов (с интенсивным либо низким участием клиентов, ограниченным продвижением идей или участием в проектировании, поставках и продажах и т.д.).

Следует также различать бизнес-экосистемы по типу клиентской базы. Есть экосистемы, ориентированные исключительно на конечных пользователей, например, "Яндекс", или исключительно на корпоративных клиентов. А есть компании, активно работающие и с бизнес-клиентами, и с физическими лицами, например, "Сбер".

Способ возникновения экосистем определяет их следующую классификационную группу: органические и преднамеренно созданные бизнес-экосистемы. Органические – создаются непреднамеренно в процессе развития отраслевых рынков и формирования определенных рыночных тенденций. Преднамеренные, или сознательно созданные бизнес-экосистемы, появляются как результат плановой работы. Например, сегодня в России поставлена задача создания цифровой экосистемы в сфере жилищного строительства.

По характеру связей возможно существование простых и сложных (перекрещивающихся) экосистем, так как крупные организации могут "вращаться" сразу в нескольких "орбитах".

ВЫВОДЫ

1. В соответствии с отечественными и зарубежными публикациями можно выделить несколько подходов к рассмотрению

сути бизнес-экосистемы, а в соответствии с этим и к компании, как ее участнику: компания сама как бизнес-экосистема, компания как участник бизнес-экосистемы, компания как лидер бизнес-экосистемы, платформа, аккумулирующая вокруг себя другие компании.

2. Различные цели, способы формирования, структуры управления и т.д., определяющие многообразие видов экосистем, позволяют предложить их классификацию по ряду признаков.

3. Наиболее распространенными сегодня являются инновационные и цифровые бизнес-экосистемы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Российский Статистический Ежегодник 2020/ Russian Statistical Yearbook 2020. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b20_13/Main.htm
2. Колесникова О.С., Молчанов И.Н., Симонов С.Ю. Инновационно-производственная экосистема как механизм развития предприятий текстильной промышленности // Изв. вузов. Технология текстильной промышленности. – 2017, № 4. С. 25...29.
3. Бушуева М.А., Масюк Н.Н., Брагина З.В. и др. Представление бизнес-модели текстильного кластера как инновационной сетевой экосистемы // Изв. вузов. Технология текстильной промышленности. – 2017, № 1. С. 10...17.
4. Ivashchenko N., Isaeva L. Basic principles of partnership as the factor of sustainable development in the context of business ecosystems // E3S Web of Conferences. Volume 291 (2021) IV International Scientific and Practical Conference "Sustainable Development and Green Growth on the Innovation Management Platform" (SDGG 2021). – 2021, Kaliningrad, Russia, May 27-28.
5. Клейнер Г.Б. Социально-экономические экосистемы в свете системной парадигмы // Системный анализ в экономике / Под общ. ред. Г.Б. Клейнера, С.Е. Щепетовой. – М.: Прометей, 2018. С. 5...14.
6. Иващенко Н.С. К вопросу об истории развития бизнес-экосистем / Сб. мат. Междунар. научн.-техн. конф.: Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2020). – Часть 3. – М.: РГУ имени А.Н. Косыгина, 2020. С.107...111.
7. Moore J.F. Predators and Prey. A New Ecology of Competition. //Harvard Business Review. May-June 1993; The Death of Competition: Leadership & Strategy in the Age of Business Ecosystems. – 1996, Harper Business, New York.
8. Халин В.Г., Чернова В.Г., Калайда С.А. Экономические экосистемы и их классификация // Управленческое консультирование. – 2021, № 2. С. 38...54.
9. Visnjic I., Neely A., Cennamo C., Visnjic N. Gover-

ning the City: Unleashing Value from the Business Ecosystem//California Management Review. – 2016, 59 (1). P.109...140.

10. Choudary S.P., Alstynе M., Parker G. Platform Revolution. How Networked Markets Are Transforming the Economy-And How to Make Them Work for You: Trans. with eng. – M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2017. P. 304.

11. Joo Jaehun, Marakhimov Azizbek. Customer participation in business ecosystems: an integrated approach of system dynamics and fuzzy sets // International Journal of Business and Systems Research. – 12(3):290, January 2018.

REFERENCES

1. Rossiyskiy Statisticheskiy Ezhegodnik 2020/Russian Statistical Yearbook 2020. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b20_13/Main.htm

2. Kolesnikova O.S., Molchanov I.N., Simonov S.Yu. Innovatsionno-proizvodstvennaya ekosistema kak mekhanizm razvitiya predpriyatiy tekstil'noy promyshlennosti // Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii, Seriya Tekhnologiya Tekstil'noi Promyshlennosti. – 2017, № 4. S. 25...29.

3. Bushueva M.A., Masyuk N.N., Bragina Z.V. i dr. Predstavlenie biznes-modeli tekstil'nogo klastera kak innovatsionnoy setevoy ekosistemy // Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii, Seriya Tekhnologiya Tekstil'noi Promyshlennosti. – 2017, № 1. S. 10...17.

4. Ivashchenko N., Isaeva L. Basic principles of partnership as the factor of sustainable development in the context of business ecosystems // E3S Web of Conferences. Volume 291 (2021) IV International Scientific and Practical Conference “Sustainable Development and Green Growth on the Innovation Management Platform” (SDGG 2021). – 2021, Kaliningrad, Russia, May 27-28.

5. Kleyner G.B. Sotsial'no-ekonomicheskie ekosistemy v svete sistemnoy paradigmy // Sistemnyy analiz v ekonomike / Pod obshch. red. G.B. Kleynera, S.E. Shchepetovoy. – M.: Prometey, 2018. S. 5...14.

6. Ivashchenko N.S. K voprosu ob istorii razvitiya biznes-ekosistem / Sb. mat. Mezhdunar. nauchn.-tekhn. konf.: Dizayn, tekhnologii i innovatsii v tekstil'noy i legkoy promyshlennosti (INNOVA-TsII-2020). – Chast' 3. – M.: RGU imeni A.N. Kosygina, 2020. S.107...111.

7. Moore J.F. Predators and Prey. A New Ecology of Competition. //Harvard Business Review. May-June 1993; The Death of Competition: Leadership & Strategy in the Age of Business Ecosystems. – 1996, Harper Business, New York.

8. Khalin V.G., Chernova V.G., Kalayda S.A. Ekonomicheskie ekosistemy i ikh klassifikatsiya // Up-ravlencheskoe konsul'tirovanie. – 2021, № 2. S.38...54.

9. Visnjic I., Neely A., Cennamo C., Visnjic N. Governing the City: Unleashing Value from the Business Ecosystem//California Management Review. – 2016, 59 (1). P.109...140.

10. Choudary S.P., Alstynе M., Parker G. Platform Revolution. How Networked Markets Are Transforming the Economy-And How to Make Them Work for You: Trans. with eng. – M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2017. P. 304.

11. Joo Jaehun, Marakhimov Azizbek. Customer participation in business ecosystems: an integrated approach of system dynamics and fuzzy sets // International Journal of Business and Systems Research. – 12(3):290, January 2018.

Статья опубликована по материалам Косыгинского форума. Поступила 15.11.21.