

Домбровська Софія,
к.е.н., старший викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку
Одеський національний економічний університет
sonya0493@rambler.ru

ФОРМУВАННЯ ЕКОСИСТЕМИ БІЗНЕСУ В УМОВАХ VUCA-СВІТУ

Ключові слова: VUCA-концепція, екосистема, бізнес

Анотація. Розглянуто сутність і значення у сучасних умовах концепції VUCA-світу. Виявлено особливості та переваги концептуальних основ VUCA-відповіді К. Робертса. Встановлено важливість формування ефективної екосистеми бізнесу в умовах невизначеності економічного середовища. Запропоновано основні напрямки побудови екосистеми бізнесу з урахуванням мінливості.

Dombrovska Sofiia,
Ph.D., Senior Lecturer,
Department of Financial Management and Stock Market
Odesa National Economic University

FORMATION OF BUSINESS ECOSYSTEM IN THE CONDITIONS OF VUCA- WORLD

Keywords: VUCA-concept, ecosystem, business

Abstract. The essence and significance of the concept of VUCA-world in modern conditions are considered. Peculiarities and advantages of K. Roberts' conceptual bases of VUCA-answer are revealed. The importance of forming an effective business ecosystem in the conditions of uncertainty of the economic environment is established. The main directions of building a business ecosystem taking into account variability are proposed.

На сьогоднішній час значне поширення у бізнес-середовищі отримала концепція VUCA-світу, яка охоплює практично всі сфери життєдіяльності суспільства. VUCA-концепція (Volatility – мінливість, Uncertainty – невідомість, Complexity – складність, Ambiguity – багатозначність [1]) характеризується швидкістю і непередбачуваністю змін ситуації, неможливістю планувати та прогнозувати майбутні умови і дії, складністю обґрунтувати причини і фактори, неоднозначністю і неясністю майбутнього.

Нові умови VUCA-світу вимагають від бізнес-стратегій передбачати адаптивність і швидке реагування на зміни зовнішнього середовища. Відтепер необхідно мати нові відповіді на такі виклики. Можна відзначити перші спроби у даному питанні: так,

британський економіст К. Робертс розробив VUCA-відповідь на VUCA-виклик. Його ідея полягає в тому, що VUCA можна інтерпретувати і з позитивної точки зору: Vision – бачення, Understanding – розуміння, Creativity/Clarity – креативність/ясність, Agility – спритність, гнучкість, рішучість [2]. Така концепція полягає у:

- необхідності чітко поставленої мети, узгодженості та зосередженості на ключових завданнях зусиль усіх учасників;
- перманентному моніторингу очікувань учасників, здатності до співпраці, реагуванні на конструктивну критику;
- спрощенні (відкиданні зайвого), використанні інтуїції та досвіду, системному мисленні;
- рішучості в прийнятті рішень, адаптивності, інноваційності, постійному вдосконаленні.

VUCA-концепція передбачає пріоритетними горизонтальні зв'язки, ніж ієрархічні, налагоджене співробітництво, ніж контроль, а також важливість повноважень для досягнення необхідних результатів.

Надзвичайно важливим врахування зазначених особливостей є для формування ефективної екосистеми бізнесу країни [3].

Екосистема – це середовище співіснування держави, громади та бізнесу на умовах комфорту, прозорості та чесності. Бізнес-екосистеми все більше набувають популярності. Перед тим, як сформуванню стратегію екосистеми, доцільно вирішити питання, які полягають у тому, як можна допомогти іншим компаніям створити цінність, яку роль варто обрати, які можливості будуть у організації для адаптування умовам невизначеності.

Окрім того, щоб запропонувати бездоганну ціннісну пропозицію, варто зрозуміти як екосистема повинна працювати і яким треба бути посередником у процесі укладання контрактів, що звичайно потребує значних зусиль, проте забезпечує значний приріст цінності.

Сучасні бізнес-екосистеми повинні мати інноваційні клієнтоорієнтовані та інтегровані рішення. Сьогодні для клієнта важливим є не лише перелік того, що виробляє компанія, а для нього важливим є саме те, що він потребує.

Вкрай важливою є проблема розробки складної і стратегічно продуманої мережі відносин, яка б змушувала екосистему ефективно працювати. Така мережа відносин повинна базуватися на балансуванні між різними сферами, країнами, методами взаємодії і зобов'язувати організаторів екосистеми розподіляти отримані доходи. Поки що сучасно екосистема веде боротьбу за клієнтів, а доходи є низькими (або навіть отримують збитки).

Успішність екосистеми загалом має залежність від декількох факторів: угоди про розподіл доходу, угоди про спільні підприємства, можливості реструктуризації. Саме тому актуально зосередити всю увагу на внутрішніх KPI організацій, які формують екосистему, для того, щоб узгодити основні напрямки і цілі стратегії. Очевидно, що компанії не мають змогу самостійно створити систему, яка була б корисною для клієнтів і відповідала потребам партнерів. Деякі екосистеми генерують дохід, інші ж лише сподіваються на успіх у майбутньому, який можна досягти за рахунок підвищення відданості клієнтів і посилення задоволення клієнтів. У кінцевому результаті будь-яка екосистема повинна формувати відчутну цінність для організатора – і це становить вимогу, про яку варто не згадувати у сфері вільного фінансування, де приватні резерви грошових коштів конкурують за інвестиції, а платформи перебувають на піку своєї актуальності. Тому в умовах VUCA-світу сьогодні - це час для того, щоб мати нову філософію створення стратегії. У процесі розвитку мережа екосистем зазнає як значних успіхів, так і ефектних провалів. І саме ці успіхи продемонструють необхідну ціннісну пропозицію для клієнтів і визначають можливості роботи з партнерами з метою отримання додаткової цінності організатором.

Список використаних джерел

1. Мир VUCA. URL: <http://becmology.blogspot.com/2016/03/vuca.html> (дата звернення: 13.10.2021).
2. Kevin Roberts on the VUCA world. URL: https://www.youtube.com/watch?v=mMzGuavTL_o (дата звернення: 13.10.2021).
3. Гросул В. А., Жилякова О. В. Сутність та особливості формування антикризової стратегії підприємства в умовах VUCA-світу. *Бізнес Інформ*. 2015. № 11. С. 393-399.



Ліщинська Вікторія,
к.е.н., старший викладач кафедри
менеджменту,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана
victoria.leshchinska@gmail.com

ВПЛИВ БІЗНЕС-ОБ'ЄДНАНЬ НА РОЗВИТОК КРАФТОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Анотація. Статтю присвячено аналізу ролі бізнес-об'єднань у формуванні підприємницького середовища в Україні. Охарактеризовано значення поняття «бізнес-об'єднання», види бізнес-об'єднань та їх переваги для підприємців. Охарактеризовано