

УДК 338

***АНАЛИЗ УСПЕШНЫХ БИЗНЕС-ЭКОСИСТЕМ КОМПАНИЙ
ЕДИНОРОГОВ***

Коротыч В.В.

студент,

Донецкий государственный университет,

Донецк, Россия

Дубык С.В.

студентка,

Донецкий государственный университет,

Донецк, Россия

Комарницкая Е.В.

к.э.н., доцент,

Донецкий государственный университет,

Донецк, Россия

Аннотация

В работе предпринята попытка исследовать феномен компаний-«единорогов». Основное внимание будет уделено анализу их бизнес-экосистем как ключевого фактора, обеспечивающего устойчивый рост и конкурентоспособность. Рассмотрены общие характеристики успешных экосистем, такие как масштабируемость, инновационность и сетевые эффекты. На примере компании Spotify показано, как эффективное взаимодействие с участниками экосистемы, включая правообладателей и слушателей, создает взаимовыгодную среду и стимулирует создание новых рынков. Также рассматривается вопрос о географическом распределении компаний-единорогов в мире, выявляются лидирующие регионы и факторы, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

способствующие их развитию. Подчеркивается значимость экосистемного подхода для достижения конкурентных преимуществ и устойчивого роста в условиях динамичного бизнеса.

Ключевые слова: бизнес-экосистема, компании-единороги, инновации, конкуренция, Spotify, платформенные бизнес-модели, экономика платформ, стартапы.

ANALYSIS OF SUCCESSFUL BUSINESS ECOSYSTEMS OF UNICORN COMPANIES

Korotych V.V.

Student,

Donetsk State University,

Donetsk, Russia

Dubyk S.V.

Student,

Donetsk State University,

Donetsk, Russia

Komarnitskaya E.V.

PhD, Associate Professor

Donetsk State University,

Donetsk, Russia

Abstract

This article will explore the phenomenon of «unicorn» companies. The main focus will be on the analysis of their business ecosystems as a key factor ensuring sustainable growth and competitiveness. General characteristics of successful

ecosystems, such as scalability, innovation, and network effects, will be considered. Using Spotify as an example, it will be shown how effective interaction with ecosystem participants, including copyright holders and listeners, creates a mutually beneficial environment and stimulates the creation of new markets. The article also addresses the issue of the geographical distribution of unicorn companies in the world, identifying leading regions and factors contributing to their development. The article emphasizes the importance of the ecosystem approach for achieving competitive advantages and sustainable growth in a dynamic business environment.

Keywords: business ecosystem, unicorn companies, innovation, competition, Spotify, platform business models, platform economy, startups.

Организационные структуры и модели создания ценности претерпели значительные изменения в процессе эволюции бизнеса, начиная с доцифровой эпохи и заканчивая современностью.

Изначально компании формировались как самодостаточные, вертикально интегрированные единицы, контролирующие всю цепочку создания ценности. Появление интернета в 1990-х годах ознаменовало начало цифровой коммерции и внедрение первых онлайн-каналов продаж, однако бизнес-модели преимущественно сохраняли линейный характер. Распространение технологий Web 2.0 и социальных сетей в 2000-х годах привело к экспоненциальному росту пользовательского контента и формированию онлайн-сообществ, что побудило компании использовать платформы для интерактивного взаимодействия с потребителями. Мобильная революция 2010-х годов, обусловленная широким распространением смартфонов и мобильных приложений, коренным образом изменила способы коммуникации с клиентами и послужила катализатором для появления первых успешных платформенных компаний.

Целью статьи является проведение анализа успешных бизнес-экосистем компаний единорогов. Для достижения цели были разработаны следующие задачи: определить ключевые преимущества и недостатки бизнес-экосистем, выделить ключевые характеристики компаний «единорогов», установить суть компаний единорогов в среде экосистем.

В эпоху доминирования цифровых технологий наблюдается переход от линейных бизнес-моделей к платформенным и экосистемным, что обусловлено стремлением компаний к достижению устойчивых конкурентных преимуществ за счёт масштабирования, сетевых эффектов и создания интегрированных пользовательских интерфейсов [1].

Можно заметить тесную связь между понятиями бизнес-платформа и экосистема, важно четко понимать разницу между ними, поскольку неверное понимание этой иерархии может привести к серьезным стратегическим ошибкам.

Платформа – является посредником, обеспечивающим взаимодействие между различными группами пользователей. Это может быть интернет-магазин, связывающий продавцов и покупателей, социальная сеть, объединяющая пользователей для общения, или операционная система, позволяющая разработчикам создавать приложения для потребителей. Ключевая функция бизнес-платформ – упростить взаимодействие, снизить транзакционные издержки и создать ценность за счёт эффекта масштаба и сетевого эффекта.

Экосистема, в свою очередь, представляет собой сеть взаимосвязанных организаций и частных лиц, совместно создающих ценность на основе платформы. Это не просто пользователи платформы, а активные участники, которые вносят свой вклад в ее развитие и расширение функциональности. Экосистема включает в себя разработчиков приложений, поставщиков контента, партнеров по дистрибуции, сервисные компании и других

участников, которые совместно создают ценность для конечных потребителей, проще говоря, экосистема охватывает все аспекты взаимодействия и взаимозависимости между участниками.

Но, как и любая сложная структура, бизнес-экосистемы обладают как значительными преимуществами, так и потенциальными недостатками, анализ которых критически важен для принятия обоснованных управленческих решений. Ключевые аспекты положительного и отрицательного воздействия бизнес-экосистем представлены на рисунке 1.

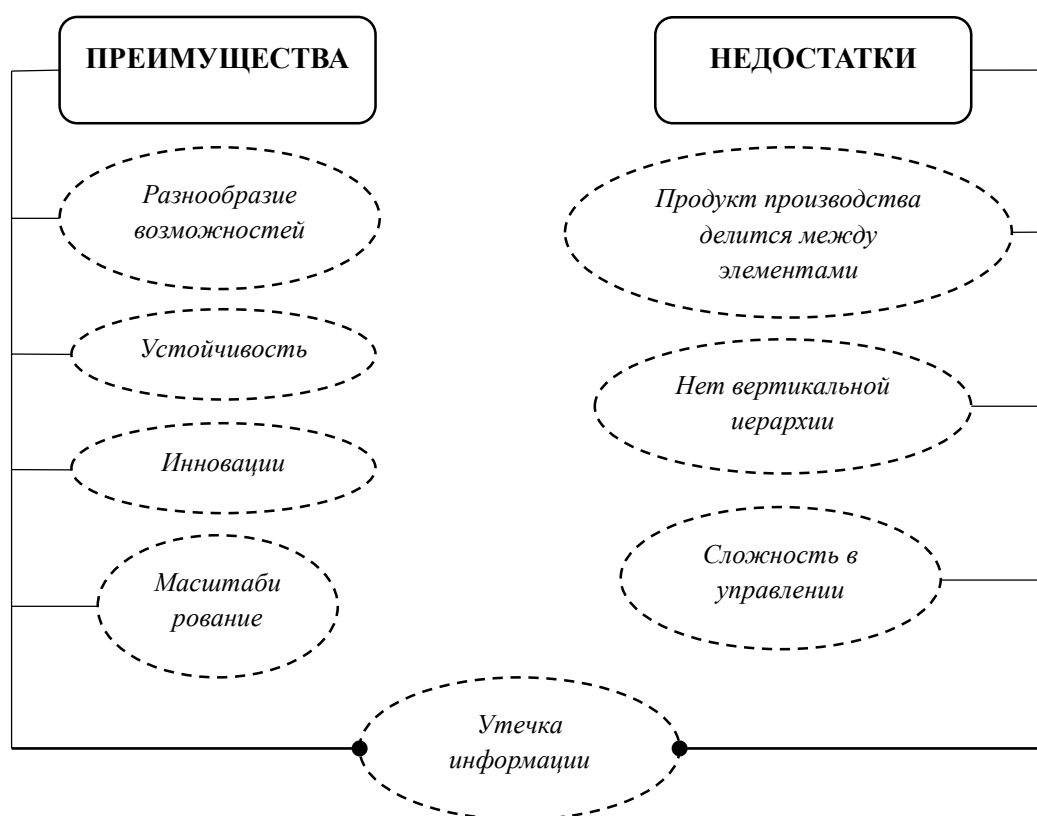


Рис. 1 – Ключевые преимущества и недостатки бизнес-экосистем

Из преимуществ, они предлагают разнообразие возможностей для взаимодействия и сотрудничества между участниками, что позволяет использовать широкий спектр ресурсов и экспертизы. Это, в свою очередь, способствует более эффективному решению задач и быстрому реагированию на изменения в рыночной среде. Кроме того, такие экосистемы демонстрируют

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

большую устойчивость к экономическим колебаниям, поскольку риски распределяются между участниками, что помогает им справляться с кризисами и нестабильностью.

Также стоит отметить, что бизнес-экосистемы создают благоприятную среду для инноваций. Участники могут обмениваться идеями и технологиями, что ускоряет внедрение новых решений и улучшение существующих продуктов. Это критически важно для компаний, стремящихся к лидерству на рынке. Масштабирование также становится более простым, так как компании могут использовать ресурсы и инфраструктуру других участников для быстрого выхода на новые рынки и расширения продуктовой линейки.

Из недостатков можно отнести: продукты и услуги могут делиться между участниками экосистемы, что иногда приводит к конфликтам интересов и снижению общей прибыльности для компании; отсутствие четкой вертикальной иерархии может создавать неопределенность в управлении и принятии решений, так как участники могут иметь разные цели и стратегии; также увеличивается сложность управления, требуя высокой степени координации и взаимодействия, что может затруднять достижение общих целей. Бизнес-экосистемы компаний представляют собой сложные структуры, которые, несмотря на свои преимущества, требуют внимательного подхода к управлению и взаимодействию между участниками. Но, важно отметить, что на наш взгляд и с точки зрения научного анализа, утечка информации, представляющая несанкционированное раскрытие конфиденциальных данных, которое является сложным феноменом, обладающим преимущественно негативными последствиями. Хотя в отдельных ситуациях могут наблюдаться побочные эффекты, они носят скорее ситуативный и нежелательный характер, не являясь целенаправленным результатом. В редких случаях утечка информации может косвенно способствовать выявлению слабых мест в системе безопасности, стимулировать инновации или повышать

прозрачность, особенно в контексте коррупционных скандалов. Однако эти «преимущества» являются скорее случайными результатами, чем целенаправленными и контролируруемыми эффектами, и, как правило, достигаются ценой значительного ущерба.

На основании вышеизложенного, можно заключить, что бизнес-экосистемы компаний представляют собой сложные структуры, которые, несмотря на свои преимущества, требуют внимательного подхода к управлению и взаимодействию между участниками.

Анализируя преимущества и недостатки бизнес-экосистем, представленные на рисунке 1, важно отметить, что стремление к созданию такой экосистемы зачастую является целью компаний, стремящихся к быстрому росту и доминированию на рынке, таких как «единороги». Ключевыми характеристиками, которыми должны обладать такие компании, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Ключевые характеристики компаний «единорогов»

Характеристика	Определение	Измеримые показатели (если применимо)	Типология
Рыночная капитализация	Стоимость компании, определяемая как произведение количества акций на их рыночную цену.	> 1 млрд USD	1) Микроединороги (1-5 млрд долларов США), 2) Средние единороги (5-10 млрд долларов США), 3) Макроединороги (более 10 млрд долларов США).
Период существования	Промежуток времени с момента основания компании до момента оценки в качестве «единорога».	Менее 10 лет (обычно)	1) Молодые единороги (до 5 лет) 2) Взрослые единороги (5-10 лет).
Инновационность	Степень новизны и уникальности предлагаемых компаний	Качественная оценка отраслевыми экспертами (патенты,	1) Продуктовые, 2) Процессные, 3) Модельные,

	продуктов или услуг, а также применяемых бизнес-моделей.	публикации, отзывы пользователей, анализ конкурентов)	4) Технологические.
Темпы роста	Скорость роста ключевых показателей деятельности компании, таких как выручка, клиентская база и доля рынка.	Среднегодовой темп роста выручки > X% (отрасль), Рост клиентской базы > Y% (отрасль), Увеличение рыночной доли > Z% (отрасль)	1) Высокоскоростные, 2) Среднескоростные.
Технологическая ориентация	Степень использования передовых технологий в продуктах, услугах и бизнес-процессах компании.	Оценка уровня технологической сложности продукта, количества патентов, доли затрат на НИОКР в выручке.	1) Ориентированные на искусственный интеллект, 2) Ориентированные на блокчейн, 3) Ориентированные на облако, 4) Ориентированные на Интернет вещей.
Инвестиционная привлекательность	Объем и качество привлеченных инвестиций от венчурных фондов и других инвесторов.	Общий объем привлеченных инвестиций > X млн USD (отрасль), наличие инвестиций от венчурных фондов Tier-1.	1) Венчурные, 2) Частные, 3) Корпоративные.
Географический охват	Территория, на которой компания осуществляет свою деятельность и оказывает влияние.	Доля выручки, полученной за пределами страны происхождения.	1) Локальные, 2) Региональные, 3) Глобальные.
Позиция на рынке	Доля рынка, занимаемая компанией, и ее конкурентное преимущество.	Доля рынка > X% (отрасль), наличие сильного бренда, уникальных технологий или других конкурентных преимуществ.	1) Лидеры по издержкам, 2) Дифференциаторы, 3) Нишевые игроки.

Таким образом, компании-единороги – это частные стартапы, получившие оценку в 1 миллиард долларов США или более. Этот термин, придуманный венчурным капиталистом Эйлин Ли в 2013 году, стал символом успеха и инноваций в мире бизнеса. «Единороги» часто отличаются высокой

скоростью роста, использованием прорывных технологий и стремлением к доминированию на рынке. Успех данных компаний обычно обусловлен уникальной бизнес-моделью, сильной командой и способностью привлекать значительные инвестиции. Компании, стремящиеся к статусу «единорога», ориентированы на глобальный рынок, характеризующийся значительным объемом потенциальной клиентской базы, исчисляемой сотнями миллионов или миллиардами пользователей. В связи с этим значительное число успешных бизнес-моделей последних лет реализуется с помощью масштабируемых мобильных приложений, тем самым создают вокруг себя экосистемы, предлагающие потребителям оптимизацию повседневных задач или развлекательный контент, что обеспечивает широкий охват и быстрое масштабирование клиентской базы. Взаимодействие между участниками экосистемы позволяет компаниям единорогам не только создавать новые рынки, но и устанавливать новые бизнес-стандарты. Исследование успешных бизнес-экосистем этих компаний предоставляет важные инсайты для понимания механизмов их роста и устойчивости в быстро меняющемся экономическом окружении. Однако создание и поддержание такой экосистемы – непростая задача, и её успех зависит от множества факторов.

Чтобы понять, как конкретные компании реализуют данный подход, обратимся к следующей таблице, в которой приведены примеры «единорогов» и ключевые элементы их экосистем (см. табл. 2):

Таблица 2 – Компании единороги в среде экосистем

Компания	Отрасль	Инновационность	Технологическая ориентация	Ключевые элементы экосистемы
Uber	Транспорт, доставка	Бизнес-модель (платформа для вызова)	Мобильные сервисы, определение местоположения	Приложение для вызова такси, Uber Eats, партнерство с водителями, платежная система
	Музыкальный стриминг	Бизнес-модель (стриминг)	Cloud-ориентированная	Стриминговая платформа, подкасты,

Spotify				сотрудничество с артистами, интеграция с социальными сетями, плейлисты
Amazon	Электронная коммерция, облачные сервисы	Бизнес-модель (онлайн-ритейл)	Электронная коммерция, Облачные сервисы	Интернет-магазин, Amazon Prime, AWS, Торговая площадка, Amazon Music/Video/Kindle
Klarna	Финтех	Бизнес-модель (BNPL)	Финтех, искусственный интеллект	Интеграция с интернет-магазинами. Приложение для управления платежами. Управление кредитным лимитом. Анализ рисков и скоринг

Экосистемы предоставляют единорогам доступ к критически важным ресурсам, таким как:

1) Капитал. Это могут быть: венчурные фонды, бизнес-ангелы и другие инвесторы, часто сосредоточенные в определенных экосистемах (например, Кремниевая долина), обеспечивают финансирование для роста.

2) Экосистемы привлекают и развивают высококвалифицированных специалистов, обладающих необходимыми навыками и опытом для работы в инновационных компаниях.

3) Доступ к необходимой инфраструктуре (технологической, логистической, юридической и т. д.) облегчает операционную деятельность единорогов.

4) Способствуют обмену знаниями, технологиями и передовым опытом между участниками, стимулируя инновации.

Чтобы получить чёткое представление о текущей ситуации, далее мы сосредоточимся на рассмотрении географического распределения компаний-единорогов. Проанализируем первые 15 стран, в каких сосредоточено

наибольшее количество таких компаний, что позволит оценить масштаб этого феномена и выявить лидирующие регионы в этой области (см. рис. 2)

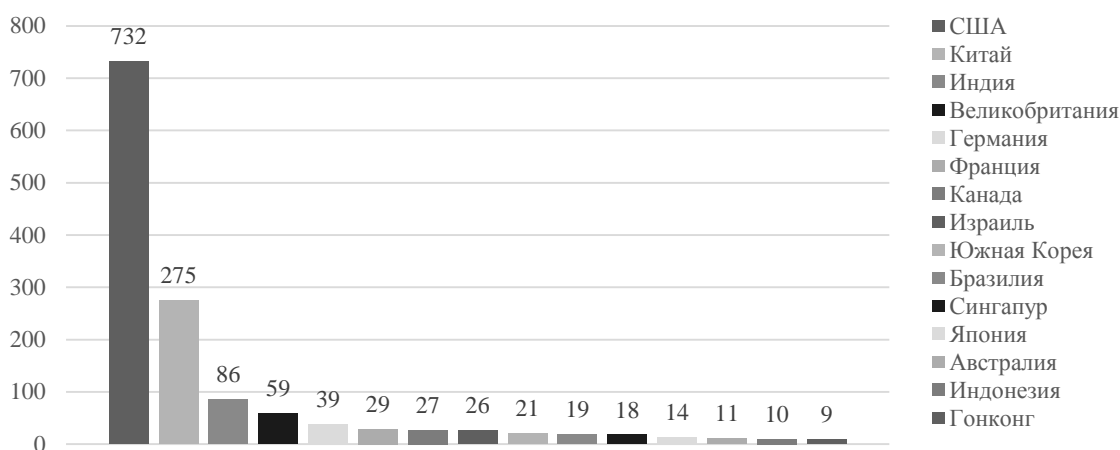


Рис. 2 – Количество компаний «единорогов» в разных странах

Источник: составлено авторами на основе данных statbase.ru. Режим доступа:

<https://statbase.ru/datasets/business-and-investments/number-of-unicorns/>

Очевидно, что Северная Америка (прежде всего, США) занимает лидирующую позицию. Это свидетельствует о зрелом рынке венчурного капитала, развитой технологической экосистеме и благоприятном регуляторном климате. Китай, занимает второе место по количеству «единорогов», что указывает на быстрый рост инноваций и технологического предпринимательства в этой стране. Европа, в свою очередь, демонстрирует более фрагментированную картину с отдельными центрами инноваций в Великобритании, Германии и Франции. В других регионах мира, таких как Индия, Юго-Восточная Азия и Латинская Америка, количество «единорогов» значительно меньше, что указывает на менее развитые экосистемы и ограниченный доступ к венчурному финансированию. Анализ этой диаграммы позволяет сделать вывод о том, что глобальная концентрация инноваций и венчурного капитала по-прежнему неравномерна, с доминированием Северной Америки и Китая, в то время как другие регионы

мира обладают значительным потенциалом для дальнейшего развития и привлечения инвестиций.

К сожалению, на данный момент Россия не может похвастаться наличием компаний-«единорогов», зарегистрированных на её территории. Однако к числу компаний с российскими корнями, достигших этого статуса, относятся «Авито», «Озон», «Яндекс» и «ВКонтакте». Возможно, число успешных проектов могло бы быть существенно больше, если бы основатели не принимали решения о регистрации своих компаний за пределами Российской Федерации, как, например, основатель финансового сервиса Revolut Николай Сторонский.

Несмотря на растущий интерес к стартапам в России, компании единороги в этом регионе остаются редкостью. В связи с этим представляется целесообразным провести анализ положительного опыта, реализуемых в зарубежных странах. В качестве яркого примера успешной бизнес-экосистемы можно рассмотреть компанию Spotify, которая не только достигла статуса единорога, но и продемонстрировала уникальные подходы к инновациям и взаимодействию с пользователями на глобальном уровне. Экосистему Spotify можно представить в виде следующих составляющих элементов, которые представлены на рисунке 3.

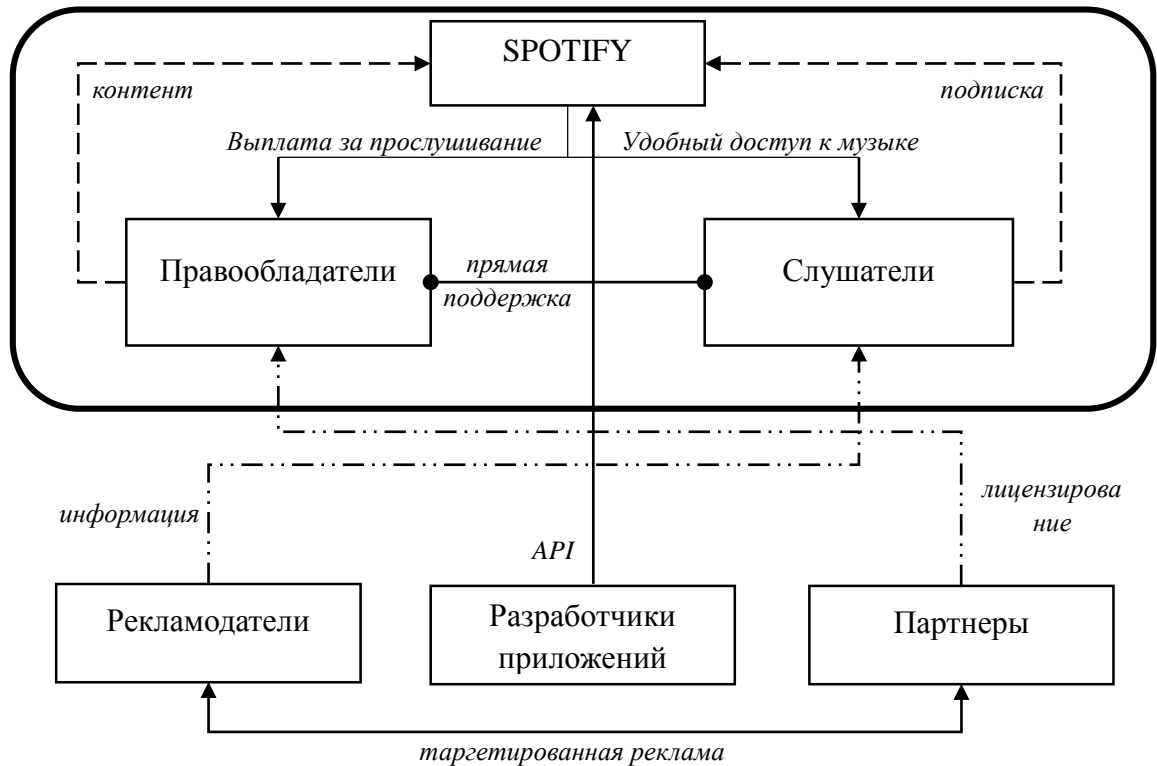


Рис. 3 – Экосистема Spotify

В результате, его можно определить как платформенную бизнес-модель, объединяющую правообладателей (музыкальные лейблы, исполнителей) и потребителей музыки (слушателей). В основе модели лежит предоставление доступа к огромному каталогу музыкальных произведений через стриминговый сервис. Spotify не производит контент самостоятельно, а выступает в качестве посредника, предоставляя инфраструктуру и инструменты для прослушивания, поиска и обмена музыкой. Ценность для слушателей заключается в удобном и легальном доступе к миллионам треков, плейлистам, подкастам и другому аудиоконтенту. Для правообладателей ценность заключается в монетизации их музыки через стриминговые выплаты и расширении аудитории. Spotify предлагает, как бесплатную (с рекламой), так и платную (по подписке) модель доступа, что позволяет охватить широкий круг пользователей.

Вывод. Анализ успешной бизнес-экосистемы компаний единорогов, таких как Spotify, демонстрирует важность платформенных моделей, которые создают взаимовыгодные отношения между различными участниками рынка. А ходе исследования установлено, что экосистемы способствуют инновациям, увеличивают доступность продуктов и услуг, а также формируют новые стандарты в бизнесе, что является ключевым фактором для достижения успеха в условиях динамичного рынка.

Библиографический список:

1. Каберова, А. Р. Платформенные бизнес-технологии как перспектива развития цифровизации бизнеса / А. Р. Каберова // Технологии информационного общества: Сборник трудов XVI Международной отраслевой научно-технической конференции, Москва, 02–03 марта 2022 года. – Москва: ООО "Издательский дом Медиа паблишер", 2022. – С. 179-181.
2. Борецкий, Д. А. Экосистема: платформенная бизнес-модель / Д. А. Борецкий, Е. Г. Белоконская // Сборник научных трудов вузов России "Проблемы экономики, финансов и управления производством". – 2022. – № 51. – С. 63-67.
3. Кочетова, М. В. Трансформация традиционных бизнес-моделей в экосистемы бизнеса в России / М. В. Кочетова, А. Н. Евдокимов // Экономические науки. – 2021. – № 195. – С. 82-86.
4. Кознов, А. Б. Применение платформенных бизнес-моделей в экономической деятельности компаний / А. Б. Кознов // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2023. – № 3(39). – С. 81-92.
5. Божко, Л. М. Платформенная бизнес-модель организации в условиях цифровой трансформации / Л. М. Божко // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: Сборник статей по итогам XVIII национальной научно-практической конференции с международным участием, Санкт-

Петербург, 28–29 сентября 2023 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – С. 143-148.

6. Комарницкая, Е. В. Потребительская ценность в маркетинге как основа разработки бизнес-модели / Е. В. Комарницкая // Маркетинг в России и за рубежом. – 2024. – № 3. – С. 3-7.

7. Комарницкая, Е. В. Менеджеральные процессы в условиях цифровой трансформации бизнеса / Е. В. Комарницкая // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2023. – № 1. – С. 101-107.

Оригинальность 83%