

УДК 338.2

Сидорук І.С.

канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМ: ВІД ТРАДИЦІЙНОГО БІЗНЕСУ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сучасний світ бізнесу перебуває у стані постійної трансформації. Одним із ключових напрямів еволюції є перехід від традиційних моделей бізнесу до концепції бізнес-екосистем, які дедалі більше орієнтуються на сталий розвиток. Такий процес відображає не лише зміну економічних пріоритетів, а й глибокі соціальні та екологічні трансформації, які впливають на взаємодію компаній, їхніх партнерів і суспільства загалом.

На ранніх етапах розвитку бізнес базувався на лінійній моделі, де головною метою було максимізувати прибуток через виробництво та продаж товарів чи послуг. Компанії функціонували ізольовано, зосереджуючись на власних операціях, а взаємодія з іншими учасниками ринку обмежувалася простими транзакціями – купівлею сировини, конкуренцією за клієнтів чи боротьбою за частку ринку. Наприклад, у XIX столітті промислові

підприємства, такі як сталеливарні заводи чи текстильні фабрики, працювали за принципом «виробляй більше, продавай дешевше», ігноруючи зовнішні ефекти, як-от забруднення довкілля чи виснаження ресурсів. У цій моделі бізнес-екосистема як така ще не сформувалася. Компанії розглядали себе як окремих гравців, а не як частину складної мережі взаємозв'язків. Конкуренція була основним рушієм прогресу, але вона часто призводила до неефективного використання ресурсів і короткострокового мислення. Екологічні та соціальні аспекти залишалися поза увагою, оскільки головним показником успіху вважався фінансовий результат.

Наприкінці ХХ століття, з появою глобалізації та технологічного прогресу, бізнес почав еволюціонувати від ізольованих одиниць до складних екосистем. Концепція бізнес-екосистем, запропонована Джеймсом Муром у 1993 році, підкреслила важливість взаємодії між компаніями, постачальниками, клієнтами, конкурентами та іншими стейкхолдерами. Замість жорсткої конкуренції акцент змістився на співпрацю та кооперацію.

Прикладом цього етапу є розвиток технологічних гігантів, таких як Apple чи Microsoft. Apple, наприклад, створила екосистему, що включає розробників програмного забезпечення, виробників комплектуючих і споживачів, які взаємодіють через платформу iOS. Така модель дозволила компанії не лише продавати продукти, а й створювати цінність через інтеграцію послуг і партнерств. Бізнес-екосистеми почали нагадувати біологічні системи, де виживання залежить від взаємної вигоди всіх учасників. На цьому етапі акцент все ще залишався на економічному зростанні, але з'явилися перші ознаки усвідомлення ширшого контексту – впливу бізнесу на суспільство та довкілля. Проте екологічні ініціативи залишалися радше винятком, ніж правилом, і часто сприймалися як маркетинговий хід, а не стратегічна мета.

Сьогодні концепція бізнес-екосистем переживає новий етап еволюції, де сталий розвиток стає центральним елементом. Зростання екологічної свідомості, тиск з боку суспільства та регуляторів, а також обмеженість природних ресурсів змусили компанії переосмислити свої цілі. Сучасні бізнес-екосистеми більше не можуть ігнорувати принципи сталості, які передбачають баланс між економічною вигодою, соціальною відповідальністю та екологічною безпекою.

Прикладом цієї трансформації є діяльність компанії Unilever, яка інтегрувала принципи сталого розвитку у свою бізнес-екосистему. Її стратегія «Sustainable Living Plan» спрямована на скорочення викидів вуглекислого газу, використання відновлюваної енергії та підтримку місцевих громад у країнах, де працюють її постачальники. У цьому випадку екосистема включає не лише партнерів і клієнтів, а й неурядові організації, уряди та споживачів, які спільно працюють над досягненням екологічних цілей.

Сучасні бізнес-екосистеми характеризуються циклічною економікою, де відходи однієї компанії стають ресурсом для іншої, а також цифровізацією, яка дозволяє оптимізувати процеси та зменшувати екологічний слід. Наприклад, Tesla не лише виробляє електромобілі, а й створює екосистему з сонячними панелями, акумуляторами та зарядними станціями, сприяючи переходу до «зеленої» енергетики.

Еволюція бізнес-екосистем від традиційного бізнесу до сталого розвитку відображає глибокі зміни у світогляді компаній і суспільства. Якщо раніше бізнес зосереджувався на конкуренції та прибутку, то сьогодні він дедалі більше інтегрується у складні мережі взаємодій, де співпраця та відповідальність стають ключовими. Сталий розвиток перетворився з опціональної ініціативи на необхідність, що визначає конкурентоспроможність і довгостроковий успіх. У майбутньому бізнес-екосистеми, ймовірно, стануть ще більш інклюзивними та орієнтованими на гармонію з природою, демонструючи, що економічне зростання та турбота про планету можуть іти пліч-о-пліч.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Левковець О.М. Екосистемна стратегія бізнесу: реалії конкуренції цифрової доби / О.М. Левковець // Економіка та суспільство. - 2024. - №64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-111>.
2. Стратегії перемоги в новій екосистемній економіці. – Режим доступу: <https://www.management.com.ua/interview/int628.html>.