

Bibliographic list

1. AI Content Generation Statistics: Data, Analysis, Facts [Electronic resource]. – URL: <https://marketsplash.com/ai-content-generation-statistics>.
2. Developing client-centred marketing programmes in fragile external environment / V. A. Bondarenko, O. V. Ivanchenko, N. V. Guzenko, D. E. Bekbergeneva // E3S Web of Conferences. – 2023. – Vol. 403. – P. 08001.
3. Generative AI in 2024 for Marketing Content: Revolutionizing the Way Brands Engage [Electronic resource]. – URL: <https://www.superwebtricks.com/generative-ai-in-marketing-content>.
4. Nudging Creativity In Digital Marketing With Generative Artificial Intelligence: Opportunities And Limitations / P. Kowalczyk, M. Röder, F. Thiesse // 31 European Conference on Information Systems. – Kristiansand, 2023.
5. *Soni, V.* Empirical Investigation of Drivers and Barriers to Adopting Generative AI in Digital Marketing Campaigns // Sage Science Review of Applied Machine Learning. – 2023. – № 6 (8). – P. 1-15.
6. Large study: real current practice of using neural networks by agencies [Electronic resource]. – URL: <https://work>

space.ru/blog/the-real-current-practice-of-using-neural-networks-by-agencies.

7. Generative Artificial Intelligence: future of marketing and media [Electronic resource]. – URL: https://dzen.ru/a/ZEYq_icD6CfJy5aI.

8. The year under the GPT constellation: the main thing in the field of AI in 2023 [Electronic resource]. – URL: <https://ict.moscow/news/generative-ai-in-2023>.

9. Artificial intelligence in Russia – 2023: trends and prospects [Electronic resource]. – URL: https://yakov.partners/upload/iblock/c5e/c8t1wrkdne5y9a4nqlcderalwny7xh4/20231218_AI_future.pdf.

10. *Mirgorodskaya, O. N., Ivanchenko, O. V.* Use of Artificial Intelligence technologies in marketing activities of foreign and Russian retail companies // Vestnik of RSUE (RINH). – 2021. – № 3 (75). – P. 84-93.

11. Statistics of knowledge and use of generative neural networks [Electronic resource]. – URL: <https://ya.ru/ai/stat>.

12. *Ferzer, V.* How neural networks influenced the work of content creators, authors, marketers and PR specialists [Electronic resource]. – URL: <https://news.pressfeed.ru/kak-nejroseti-povliyali-na-rabotu-sozdatelej-kontenta-avtorov-marketologov-i-piarshhikov>.

DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2024.1.85.010

Т. В. Кушнарченко, Е. О. Миргородская

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕС-ЭКОСИСТЕМ В СФЕРЕ УСЛУГ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Аннотация

Цифровые бизнес-экосистемы, проявляя свойства кластера, выходят за рамки традиционного понимания экономики, переходя от централизованной модели к более гибкой, открытой, ориентированной на спрос открытой среде. Цифровая бизнес-экосистема – это новая сетевая архитектура, в которой главное место отводится сотрудничеству: взаимодействие происходит между участниками как внутри среды, так и за ее пределами. Все это объясняет повышенный интерес к цифровой бизнес-экосистеме как со стороны представителей регионального бизнеса, так и со стороны государственных структур. Для предприятий сферы услуг применение цифровых бизнес-экосистем создаст условия для повышения конкурентоспособности, укрепления позиций на рынке и раскрытию преимуществ в сравнении с крупными предприятиями. В данной статье рассмотрен международный опыт и определены ключевые факторы успеха развития региональных цифровых бизнес-экосистем в сфере услуг.

Ключевые слова

Экосистема, бизнес-экосистемы, цифровые бизнес-экосистемы, региональная экосистема, региональное развитие, предприятия сферы услуг.

T. V. Kushnarenko, E. O. Mirgorodskaya

DEVELOPMENT OF REGIONAL DIGITAL BUSINESS ECOSYSTEMS IN SERVICE SECTOR: INTERNATIONAL EXPERIENCE

Abstract

Digital business ecosystems, exhibiting the characteristics of cluster, go beyond the traditional understanding of economics, moving from a centralized model to a more flexible, open, demand-driven open environment. Digital business ecosystem is new network architecture that focuses on collaboration: interaction between participants both inside and outside the environment. All this explains the increased interest in digital business ecosystem from both regional business representatives and government agencies. For Service Companies Applications, use of digital business ecosystems will create conditions for increasing competitiveness, strengthening market positions and unlocking advantages in comparison with large enterprises. This article discusses international experience and identifies key success factors for development of regional digital business ecosystems in the service sector.

Keywords

Ecosystem, business ecosystems, digital business ecosystems, regional ecosystem, regional development, service sector enterprises.

Введение

В начале 1990-х гг. в экономической среде и научной литературе стали применять термин «экосистема». С глобализацией информационно-инновационной экономики популярность данного термина как среди представителей научного мира, так и среди практиков увеличивается. В экономику данный термин «пришел» из биологии. Британский эколог Артур Тэнсли в 1935 г. опубликовал статью «Использование и злоупотребление ботаническими терминами и понятиями», в которой взаимодействующие друг с другом и окружающей средой локальные сообщества организмов назвал экосистемой [1]. С целью выживания и процветания эти организмы совместно адаптируются к внешним изменениям на основе одновременного сотрудничества и конкуренции [2]. В настоящее время наибольшую мировую популярность приобрело понятие «цифровые бизнес-экосистемы».

Цифровые экосистемы являются новым методом оптимизации экономическо-

го развития регионов и представляют собой динамичные и постоянно развивающиеся сообщества в сфере услуг, которые создают новую ценность через сотрудничество и конкуренцию.

Цель исследования – рассмотрение международного опыта наиболее подходящих практик зарубежных стран по внедрению цифровых бизнес-экосистем в сферу услуг с целью апробации их в российских регионах.

Методология

Методологическую базу исследования составляет экосистемный подход к развитию цифровых бизнес-структур в регионе с использованием опыта лучших мировых практик по внедрению цифровых бизнес-экосистем на предприятиях сферы услуг.

Результаты

В последние годы цифровые платформы вызвали значительные изменения в повседневной жизни людей, в потреблении и производстве, а следовательно, и в региональном развитии, что привело к

появлению новых явлений и концепций, таких как цифровая экономика и цифровые технологии.

Благодаря популярности использования интернета цифровые платформы являются одновременно новым пространством для определенных видов деятельности в отраслях региональной экономики. Цифровизация, в том числе, оказала влияние и на бизнес-процессы в сфере услуг: появилась новая категория потребителей – «цифровые потребители».

Для того чтобы разобраться, как и каким образом мы можем использовать международный опыт развития цифровых бизнес-экосистем необходимо определиться с понятиями «экосистема», «бизнес-экосистема», «цифровые бизнес-экосистемы». Основываясь на учении А. Тенсли и используя современные подходы, мы под «экосистемой» понимаем сеть сотрудничающих и конкурирующих фирм, производящие товары и оказывающие услуги [3]. При этом на первом месте мы видим сотрудничество, а конкуренция – вторична. Растущие запросы потребителей, достижение общих целей и интересов – все это дает основание считать сотрудничество как основу экосистемного бизнеса.

Джеймс Мур впервые в 1993 г. ввел понятие «бизнес-экосистема», опубликовав статью «Хищники и жертва: новая эволюция конкуренции» в журнале *Harvard Business Review*. Д. Мур предложил заинтересованному обществу описание новой парадигмы, подразумевая под бизнес-экосистемой «экономическое сообщество, поддерживаемое фундаментом взаимодействующих организаций и индивидумов – организмов делового мира» [4]. Другими словами, ученым было предложено рассматривать экономический субъект не как отдельно взятую компанию, а как участника бизнес-экосистемы, охватывающей множество различных игроков, в том числе и из разных отраслей, сфер деятельности и т.д. Следовательно, построение предпринимательской экосистемы на региональном

уровне применимо для отдельных объектов инфраструктуры. Термин «бизнес-экосистема» может применяться и к другим концепциям, например, инновационные экосистемы, сервисные экосистемы, платформенные экосистемы и др. Бизнес-экосистема – это структура взаимозависимых элементов, основу которой составляет центральная организация (это может быть, например, структурное подразделение, фирма, бизнес-единица и т.п.), создающая синергический эффект для достижения собственных целей. Бизнес-экосистемы своим участникам предлагают благоприятные преимущественные условия: максимальное раскрытие возможностей (например, быстрый доступ к инновациям), скоростное масштабирование (т.е. укрупнение за счет добавления новых участников), выгодное сочетание устойчивости и гибкости (любой компонент можно добавить в экосистему или, наоборот, исключить из нее).

В. В. Куимов был одним из первых российских ученых, кто провел исследование в области эволюционного развития зарубежных и российских экономических субъектов и определил в экономическом понимании новую поведенческую линию, основанную на процессах взаимодействия между бизнесами [5].

Термин «цифровые бизнес-экосистемы» стал популярным примерно в 2002 г., в частности, когда Европейская комиссия добавила термин «цифровой» к предложенной Д. Муром концепции «бизнес-экосистемы». Добавление термина «цифровой» означает усиление технологической роли экономического развития сообщества с целью повышения эффективности, конкурентоспособности и потенциала инновационного развития. Цифровые экосистемы – это контекстно-ориентированные социотехнические системы, обеспечивающие устойчивое социально-экономическое развитие на местном / региональном уровне или в рамках конкретного промышленного сектора. По мнению В. В. Куимова, в цифровых бизнес-процессах проявляют-

ся новые аспекты или даже действуют отличительные от классической экономики законы [6].

В настоящее время со стороны отечественных экономистов проявляется повышенный интерес вопросам цифровизации сервисной экономики, но все же эта тема исследования недостаточно изучена, тем самым подтверждая ее актуальность. Цифровые бизнес-экосистемы предназначены для продуктивной структуры региона с целью содействия сотрудничеству и сетевому взаимодействию между ее участниками, снижения их зависимости от крупных фирм и стимулирования инноваций за счет использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). В этом контексте важно подчеркнуть возможности и потребности во взаимном сотрудничестве предприятий сферы услуг, а также в конкуренции друг с другом. При этом, конкуренция становится вторичной. Приоритетным является сотрудничество, когда общие цели и интересы отвечают растущим запросам потребителей, что делает ее основой экосистемного бизнеса.

Мы предлагаем по аналогии с экосистемой рассматривать цифровую бизнес-экосистему как открытую, слабо связанную, управляемую спросом, самоорганизующуюся среду участников, где каждый вид активен ради собственной выгоды (прибыли). Дадим пояснение некоторым понятиям. А именно, под «открытой» мы подразумеваем прозрачную среду. «Слабо связанная» – определяется как свободно связанные, открытые отношения между видами в рамках виртуального сообщества. «Виды» – это участники, которые присоединяются к сообществу по собственной инициативе и ради достижения своих интересов. «Управляемая спросом» или «ориентированная на спрос» – движущая сила присоединения к сообществу с целью сотрудничества, вытекающего из предполагаемого взаимного интереса в получении выгоды. Соглашаясь с научными мнениями Леона Л.Р. и Дини, отметим, что сотрудничество участников цифровой эко-

системы на региональном уровне способствует повышению конкурентоспособности и устойчивости экономического роста этого региона [7]. «Саморганализация» относится к видам, способным действовать автономно, принимать решения и выполнять обязанности. «Среда участников» определяется как среда, включающая людей, информационные технологии и инструменты, способствующие взаимодействию и обмену опытом, а также ресурсы, помогающие поддерживать синергию между людьми и/или экономическими субъектами. «Выгода» – преимущество, которым участник может воспользоваться без какого-либо риска. «Прибыль» – социальная и экономическая выгода. В цифровой бизнес-экосистеме региона для предприятий сферы услуг основными являются два ключевых элемента: 1) виды и 2) лежащие в основе технологии и сервисы для поддержки цифровых экосистем.

Одним из основных преимуществ использования цифровой бизнес-экосистемы является возможность поддержки на региональном уровне предприятий сферы услуг, которые являясь основным стимулятором экономического роста регионов сталкиваются с определенными сложностями.

Поддержка лакмусируется через ряд преимуществ, предоставляемых экосистемой, и проявляется следующим образом.

1. Региональная цифровая бизнес-экосистема направлена на создание дополнительной ценности для клиентов за счет оптимизации данных и рабочих процессов различных внутренних отделов, инструментов, систем, а также заказчиков, поставщиков и внешних партнеров. Это должно устранить препятствия на пути клиента и позволить каждому участнику экосистемы использовать самые современные технологии и системы для удовлетворения своих индивидуальных потребностей, создать комфортные условия для функционирования предприятий сферы услуг [7].

2. Цифровая бизнес-экосистема – это региональная сеть взаимосвязанных цифровых технологий, платформ и сервисов, которые взаимодействуют друг с другом с целью создания ценностей для бизнеса и потребителей. Она состоит из различных элементов, таких как программное обеспечение, аппаратное обеспечение, данные и люди, которые работают вместе для оптимизации цифровых транзакций, коммуникации на различных этапах взаимодействия с клиентами. Бизнес-экосистема может поддерживать различные виды деятельности, включая электронную коммерцию, социальные сети, программные решения, предложения оборудования и т.п.

В бизнес-контексте цифровая экосистема может также относиться к набору цифровых платформ и технологий, которые при продаже своих услуг компания использует для взаимодействия на региональном уровне со своими клиентами, партнерами и другими заинтересованными сторонами [7].

3. Цифровые бизнес-экосистемы помогают облегчить доступ к региональным рынкам сбыта путем расширения деятельности предприятий сферы услуг, тем самым себе обеспечить экономический рост [5].

4. Цифровая экосистема направлена на создание дополнительных ценностей для клиентов за счет оптимизации больших данных и рабочих процессов различных инструментов систем, что способствует устранению возможных препятствий во взаимодействии с заказчиками, поставщиками и внешними партнерами, позволяя каждому участнику экосистемы использовать самые современные технологии и системы для удовлетворения своих индивидуальных потребностей [7].

5. Цифровые бизнес-экосистемы как феномен создают условия для взаимодействия и сотрудничества бизнес-

сектора и государственного сектора на региональном и государственных уровнях [5].

Базовая технология для цифровых бизнес-экосистем региона включает:

1. Региональную платформу для интеграции бизнеса, государственных структур и передовых информационных систем, которая способствует поддержки и продвижению прорывных идей в области цифровых бизнес-экосистем сервисной экономики региона.

2. Интерактивное сообщество, объединяющее схожие виды в кластер, ориентированный на предметную область, например, туризм и услуги гостеприимства.

3. Идентификацию движущих сил, которые могут способствовать внедрению региональных цифровых бизнес-экосистем в сфере услуг.

4. Надлежащие меры по коммуникации и взаимодействию поставщиков услуг и их потребителей без привлечения посредников, снизив, тем самым, косвенные затраты и себестоимость услуг.

Участие предприятий сферы услуг в бизнес-экономике и их развитие, как правило, определяется двумя факторами: готовностью и способностью данных предприятий:

- а) внедрять технологии,
- б) к сотрудничеству.

Ознакомимся и проанализируем различные проекты в сфере услуг и инициативы в европейских регионах и, для этой цели, выделим несколько примеров использования передовой практики, которые можно сгруппировать в три большие категории:

- 1) случаи, связанные с разработкой и внедрением цифровых бизнес-экосистем;
- 2) действия, связанные с разработкой и внедрением цифровых бизнес-экосистем;
- 3) живые лаборатории (табл. 1).

**Таблица 1 – Передовой опыт, выявленный в европейских регионах
(выборочно) [8]**

Типы	Описание	Передовая практика
Внедрение цифровых бизнес-экосистем Digital business ecosystems implementation	Онлайн-среда. Любая адаптивная открытая социотехническая система, обладающая свойствами самоорганизации, масштабируемости и устойчивости	Пилотное действие в регионе Лацио (Италия) Регион Эстремадура (Испания) – пример передовой практики в кластере знаний Эстремадуры Туристический портал Vysocina (Чехия)
Внедрение цифрового сетевого бизнеса Digital networked business implementation	Цифровые сетевые предприятия – это передовая форма делового сетевого взаимодействия, направленная на поощрение совместной работы, улучшение обмена опытом, а также повышение производительности и эффективности торговли и коммерции между сетями и кластерами предприятий	Сектор туризма (Великобритания) Экологический сектор (Великобритания) Инициатива «Виртуальный рынок» (Испания) Платформа автоматизации электронного бизнеса (Литва)
Живая лаборатория Living Labs	Живая лаборатория определяется как платформа для исследований и инноваций, применяемых для разработки новых продуктов, услуг и процессов. Она использует методы работы, способствующие интеграции людей в качестве пользователей и соавторов на протяжении всего процесса разработки, и учитывает потребности пользователей и поставщиков услуг	Проект по борьбе с цифровым разрывом путем повсеместного распространения широкополосной связи (Италия) Технологическая сеть ИКТ (Словения) Инициатива «Цифровые города» (Испания)

Выбранный кейс продемонстрировал различные аспекты, а также различный опыт внедрения цифровых экосистем в сферу услуг. На базе приведенных табличных данных проанализируем, какие ключевые факторы передового опыта были использованы в пилотных проектах упомянутых стран и какие не были реализованы. Опыт такого рода может быть полезен

в условиях развития отечественных региональных цифровых бизнес-экосистем и использования различных моделей, подходов или технологий на предприятиях сферы услуг. В таблице 2 обобщены наиболее, на наш взгляд, демонстративные пилотные проекты цифровых бизнес-экосистем и ключевые факторы успеха их внедрения в сферу услуг.

**Таблица 2 – Пилотные проекты цифровых бизнес-экосистем
(выборочно) [8]**

Страна	Пилотный проект	Факторы успеха
Великобритания	Европейское региональное партнерство по борьбе с электронной преступностью – использовались существующие передовые практики, в том числе инструменты для взаимного сотрудничества, для обмена, создания и редактирования документов для командной работы. Это стало шагом на пути к достижению положительного воздействия в регионах-партнерах и к повышению уровня электронной безопасности	Интерес партнеров Использование уже существующей передовой практики в виде апробированных технологий и методологий Наличие квалифицированных разработчиков Опытный кадровый состав

Страна	Пилотный проект	Факторы успеха
Италия	Цель пилотного проекта состояла в том, чтобы поддержать более тесное сотрудничество между малыми и средними предприятиями, особенно микрокомпаниями в области сельского хозяйства/продовольствия и туризма в регион Лацио. Региональное правительство определило роль цифровых технологий как ключевого фактора регионального развития, поэтому основные цели пилотного проекта были связаны с региональными приоритетами: содействие инновациям в секторе ИКТ и развитию рынка, ориентированных на МСП, с ожидаемыми положительными эффектами для экономики региона и разработки региональной политики	Сотрудничество с местными заинтересованными партнерами Тесное сотрудничество с инициатором пилотного проекта Взаимодополняемость между партнерами по пилотному проекту Подход снизу-вверх и с участием заинтересованных сторон к определению объекта исследования Гибкая, масштабируемая и удобная среда для совместной работы. Цифровая платформа, основанная на открытом исходном коде для совместной работы, адаптированная с помощью дополнительных модулей и приложений
Испания	Основная цель пилотного проекта – внедрение методологии открытых инноваций для формирования цифровых программ в регионе Эстремадура с целью повышения эффективности реализации региональной политики в области цифровых технологий. Для достижения названной цели разработана модель эксплуатации, которая будет поддерживаться участниками бизнес-экосистемы посредством сотрудничества и обмена опытом. В рамках пилотного проекта были использованы региональные подходы: открытый доступ и совместная ответственность на протяжении всего процесса разработки стратегий. Локализация методологии открытых инноваций является основным результатом внедрения этой передовой практики, подкрепленной практическим обменом знаниями	Преимущества методологии открытых инноваций (Free/Libre и Open Knowledge), основанной на открытом доступе и совместной ответственности на протяжении всего процесса Получение поддержки со стороны региональной власти Государственно-частное сотрудничество
Литва	eLiving Lab Lithuania – социальная интернет-игра для молодежи на основе внедрения подхода «Живая лаборатория». Этот подход не получил широкого распространения в Литве. Оригинальный опыт заимствован у образовательной организации (Университет Марибора). Для этих целей была создана группа заинтересованных сторон из частного и государственного секторов. «Живая лаборатория», разработана и апробирована концепция социальной игры, способствующей развитию предпринимательства среди молодежи. Пилотный проект позволил протестировать подход Living Lab и улучшить разработку продуктов, а также поддержал подход «обучение на практике». Он продвигает новый для Литвы подход, применяемый для разработки социальных игр	Хорошо сбалансированная группа заинтересованных сторон и сотрудничество (государственный, частный и академический секторы в Каунасе) Вовлечение целевой аудитории (молодежи) в разработку и тестирование концепции (фокус-группа) Привлекательность основной идеи и актуальность выбранного инструмента (игры) для целевой группы молодежи
Чехия	Цель пилотной акции «Высочина» (Vysocina) – получение достоверной информации об электронной преступности, расширение знаний об электронной безопасности путем обмена опытом в условиях роста электронного насилия.	Определена актуальность проблемы (Киберугрозы) Очевидная поддержка со стороны региональной власти

Страна	Пилотный проект	Факторы успеха
	Все мероприятия по борьбе с киберпреступностью в регионе Высочина разрабатывались по принципу «снизу-вверх» и поддерживались рабочей группой по борьбе с электронной преступностью. Пилотный проект Vysocina создал коммуникационную онлайн-платформу, где все заинтересованные лица могут найти список возможных угроз, базу данных электронных дел о преступлениях и т.д. Результатом пилотного проекта «Высочина» стало создание общей коммуникационной технологической платформы, которая предоставила бенефициарам возможность получить он-лайн консультацию по какой-либо конкретной теме электронной безопасности	Спонтанно возникшее сотрудничество между различными заинтересованными участниками Рабочей группы было подкреплено личными встречами, тренингами и семинарами Долгосрочная перспектива устойчивости этого проекта на основе создания совместной платформы и инструментов бизнес-экосистемы

Несмотря на различия в странах и разные цифровые пилотные проекты в сфере бизнеса для цифровых бизнес-экосистем, были выявлены общие основные препятствия и проблемы, связанные с развитием цифровых бизнес-экосистем в регионах.

1. Большинство заинтересованных сторон не имеют опыта сотрудничества и взаимодействия. Это приводит к их пассивному вовлечению в цифровую бизнес-экосистему, но при этом, нельзя совсем исключать их заинтересованность в активном общении со всеми участниками группы. На первых этапах формирования бизнес-экосистемы важна индивидуальность и вовлеченность каждого участника, при чем, решающее значение принадлежит стимулированию и дополнительному информационному обеспечению [8].

2. Поскольку пилотный процесс имеет дело с инновационными аспектами, сопротивление изменениям со стороны заинтересованных сторон неизбежно. Аспект сопротивления варьируется от менталитета заинтересованных сторон со стороны государственного сектора к менталитету представителей сферы услуг, связанному со страхом перед конкуренцией и избеганием сотрудничества [8].

3. Инициатор или катализатор пилотного проекта часто сталкивается с ситуацией ограниченных ресурсов (личных и/или финансовых) со стороны заинтересованных сторон, поэтому требуется тщательное планирование ресурсов [8].

4. Привлечение к пилотным проектам неопытных партнеров связано с вопросами тайм-менеджмента, что неизбежно приводит к задержкам, непониманию и трудностям в поисках общего решения, возникают проблемы интеграции и сотрудничества между различными вовлеченными сторонами [8].

5. Для управления комплексным пилотным проектом и работе с новыми инструментами сотрудничества требуется принятие обоснованных управленческих решений. Недостаточно высоко-профессиональные информационно-коммуникационные навыки сотрудников органов государственного управления приводят к нежелательным перекосам в формировании потенциала цифрового бизнеса и развития бизнес-экосистем в регионах, а в некоторых случаях и к его торможению или полному отторжению.

6. Подготовка пилотного проекта ограничено во времени, которого, к сожалению, не всегда достаточно для устранения всех непредвиденных препятствий и подготовки новых инициативных мероприятий.

Проблемы взаимодействия с конечными пользователями и проблемы с вовлеченностью в цифровую бизнес-экосистему возникают из-за отсутствия навыков работы в области информационно-коммуникационных технологий со стороны пользователей, а также из-за не информированности широкой общественности. Разнообразие цифровых биз-

нес-экосистем в сфере услуг на сегодняшний день достаточно велико, и большинство известных экосистем охватывают множество отраслей и включают различные секторы промышленности, партнеров, конкурентов, клиентов и предприятия. Это также противоречит традиционным представлениям об отрасли сферы услуг. Подход «контролировать и централизовать» распадается, и на первый план выходит мышление «соединять и комбинировать» [7]. Вот почему цифровая бизнес-система это одна из самых успешных прорывных бизнес-моделей в области сервисной экономики.

Цифровая бизнес-экосистема может быть создана практически любым предприятием. Одним из самых успешных представителей на международном уровне является компания Apple сформировав единое пространство для своих пользователей и предоставив им доступ к множеству различного рода своих услуг: iPhone, iPad, Apple Watch и др. Еще одним примером может служить китайская торговая сеть Alibaba, которая включила в свою экосистему розничную торговлю, платежи и даже кредитный скоринг [2]. В России яркие примеры формирования сервисных бизнес-экосистем – это Сбербанк и Яндекс: каждая из них строит свою экосистему, и они активно сотрудничают между собой [9].

Выводы

Цифровые бизнес-экосистемы в последнее время стали важным инструментом поддержки роста региональной экономики, а также средством поддержки и повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Одна из наиболее важных частей для понимания – понять, что эти цифровые бизнес-экосистемы не способны выжить с одним-единственным участником. Для того, чтобы это работало, должны быть задействованы разные участники.

Наиболее успешные цифровые бизнес-экосистемы строго ориентированы на создание региональных ценностей. Клиентоориентированность – это не

только обслуживание клиентов или персонализированная реклама / маркетинг, которые предоставляет компания, но и весь спектр клиентоориентированности, который означает целостную деятельность и сотрудничество между подразделениями, продуктами и услугами для максимально возможной интеграции взаимодействия с клиентами.

В ближайшие годы данные будут играть еще более важную роль в цифровых экосистемах, особенно с быстрым развитием искусственного интеллекта. Компании, предоставляющие различного рода услуги и эффективно использующие эти данные, могут получить беспрецедентное представление о предпочтениях клиентов, моделях поведения и тенденциях регионального рынка или создать эффективные модели искусственного интеллекта на основе своих собственных данных. При разработке стратегии развития региона местные власти стремятся к выбору унифицированной формы цифровой бизнес-экосистемы с целью наибольшего соответствия региональным потребностям и возможностям.

Используя международный опыт разработки пилотных проектов в сфере услуг цифровых бизнес-экосистем в различных регионах обратил на себя внимание момент, связанный с недостатком знаний в области применения цифровых технологий со стороны представителей различных секторов (государственный сектор, сектор малого и среднего предпринимательства) в пилотировании решений цифровых бизнес-экосистем. К важным недостаткам можно мы относим недостаточность знаний применения цифровых технологий и опыта во взаимодействии и сотрудничестве с внутренними и внешними участниками цифровой бизнес-экосистемы. Тем не менее, интенсивная коммуникация на групповом или индивидуальном уровне является одним из ключевых факторов успеха пилотного внедрения в сферу услуг. Для успешного развития цифровых бизнес-экосистем нужно сочетание нескольких

факторов. В первую очередь, это продуманная стратегия развития региона с перспективой не менее, чем на десять лет вперед, постоянно развивающаяся клиентская база и расширенная география [2]. Отметим, что основные характеристики бизнес-экосистем заключаются в следующем: они являются многокомпонентными, состоящими из групп компаний, не принадлежащих к одной организации. Они включают в себя сети меняющихся, полупостоянных отношений, связанных денежными потоками, потоками данных и услуг [1]. Новые технологии, такие как искусственный интеллект (ИИ), блокчейн и интернет вещей (IoT), будут играть решающую роль в развитии цифровых бизнес-экосистем сферы услуг. Искусственный интеллект и автоматизация всех бизнес-процессов позволяют анализировать огромные объемы данных более эффективно, чем когда-либо прежде, и открывают новые возможности для персонализации и автоматизации. Крайне важно, чтобы государственные структуры (в первую очередь на региональном уровне), компании и частные лица находили способы участвовать, создавать и/или взаимодействовать с целью развития цифровых бизнес-экосистем и внедрения их в сферу услуг.

Библиографический список

1. Кушнаренко, Т. В. Развитие бизнес-экосистемы региона – путь к экономической выгоде // Детерминанты развития экономики России в условиях цифровой трансформации и обеспечения технологического суверенитета : моногр. / под ред. Е. Н. Макаренко. – Ростов-на-Дону, 2023.
2. Макарова, Ю. Что такое бизнес-экосистемы и зачем они нужны [Электронный ресурс]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/6087e5899a7947ed35fdbbf3?from=copy> (дата обращения: 27.03.2024).
3. Экосистема как новая организационно-экономическая форма ведения

виртуального бизнеса / О. И. Филимонов, Т. Г. Касьяненко, М. В. Кухта // Актуальные исследования. – 2021. – № 48 (75). – Ч. II. – С. 31-41.

4. Мур, Д. Ф. Хищники и жертвы – новая экология конкуренции // Harvard Business Review. – 1993. – Т. 71. – С. 75-86.

5. Финансовые механизмы коммерческой деятельности (оценка и расчеты коммерческих проектов в потребительском комплексе) : учеб. пособие / В. В. Куимов, В. Ф. Лукиных, Н. Ф. Телешева. – Красноярск, 2000. – 392 с.

6. Экономика кооперационно-сетевых взаимодействий и ресурсы ее развития. Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности / В. В. Куимов, Л. Т. Смоленцева, Е. В. Щербенко. – 2019. – № 8. – С. 259-265.

7. Леон, Л. Р. Цифровые экосистемы в проекте EULAKS: контекст исследования и стратегии внедрения концепции цифровой экосистемы на региональном уровне [Электронный ресурс]. – URL: http://www.eulaks.eu/attach/Digital_Ecosystems.pdf.

8. Digital Business Ecosystems for regional development: evidences from EU countries pilots [Электронный ресурс] / R. Gatauti, A. Medziausiene. – URL: <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1706304708&tld=ru&lang=en&name=301362544.pdf> (дата обращения: 27.03.2024).

9. Экосистемы в бизнесе [Электронный ресурс]. – URL: <https://knowenproduction.s3.amazonaws.com> (дата обращения: 27.03.2024).

Bibliographic list

1. Kushnarenko, T. V. Development of business-ecosystem of the region – the way to economic benefit // Determinants of Russian economy development in conditions of digital transformation and ensuring technological sovereignty : monograph / ed. by E. N. Makarenko. – Rostov-on-Don, 2023.

2. *Makarova, Y.* What is business-ecosystems and why they are needed [Electronic resource]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/6087e5899947ed35fdbbf3?from=copy> (date of access: 27.03.2024).

3. *Filimonov, O. I.* Ecosystem as new organizational and economic form of virtual business / O. I. Filimonov, T. G. Kasyanenko, M. V. Kuhta // Actual researches. – 2021. – № 48 (75). – Part II. – P. 31-41.

4. *Moore, D. F.* Predators and victims – the new ecology of competition // Harvard Business Review. – 1993 – Vol. 71. – P. 75-86.

5. Financial mechanisms of commercial activity (evaluation and calculations of commercial projects in consumer complex) : study guide / V. V. Kuimov, V. F. Lukinykh, N. F. Telesheva. – Krasnoyarsk, 2000. – 392 p.

6. Economics of cooperative-network interactions and resources of its develop-

ment. Enterprise strategy in context of increasing its competitiveness / V. V. Kuimov, L. T. Smolentseva, E. V. Scherbenko. – 2019. – № 8. – P. 259-265.

7. *Leon, L. R.* Digital ecosystems in the EULAKS project: research context and strategies for implementing the concept of digital ecosystem at the regional level [Electronic resource]. – URL: http://www.eulaks.eu/attach/Digital_Ecosystems.pdf.

8. Digital Business Ecosystems for regional development: evidences from EU countries pilots [Electronic resource] / R. Gatauti, A. Medziausiene. – URL: <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1706304708&tld=ru&lang=en&name=301362544.pdf> (дата обращения: 27.03.2024).

9. Ecosystems in business [Electronic resource]. – URL: <https://knownproduction.s3.amazonaws.com> (date of access: 27.03.2024).

DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2024.1.85.011

Н. В. Пржедецкая

ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Аннотация

В статье подчеркивается значение оценок удовлетворенности населения оказываемыми медицинскими услугами ввиду их первостепенного значения для обеспечения качества и продолжительности жизни, а также того, что их регулярное определение позволяет исправлять несовершенства в организации работы медицинских учреждений. Сделаны выводы о том, что на основании определения общего контекста отношения потребителей к качеству оказываемых медицинских услуг возможно вырабатывать меры по совершенствованию работы медицинских организаций, связанные с организацией работы самого учреждения, мотивацией сотрудников для снижения фактора негативного клиентского опыта в будущем.

Ключевые слова

Удовлетворенность, потребители, доверие, медицинские услуги, система здравоохранения, специалисты

N. V. Przhedetskaya

ISSUES OF ASSESSING PUBLIC SATISFACTION WITH QUALITY OF MEDICAL SERVICES

Abstract

Article emphasizes the importance of assessments of public satisfaction with medical services provided due to their paramount importance for ensuring the quality and longevity of life,