

- 1. Время, вперёд!**
- 2. Бизнес-экосистемы как современный тренд рынка**
- 3. Вызов и ответ. День сегодняшний**
- 4. Colvir. 5 принципов**
- 5. Ответы на вызовы времени. День завтрашний**

В наши дни темп течения времени ускорился многократно. Крылатые слова Владимира Маяковского «Время, вперёд!», рождённые пафосом созидания, сегодня актуальны как никогда. Время созидает новые формы общественного бытия на наших глазах.

Это касается смены поколений, вызывающей драматические конфликты «отцов и детей». Поколение Героев, Победителей, Строителей начала прошлого века, сменило «молчаливое поколение», которому на смену пришло поколение бэби-бумеров. Поколение X (семидесятники), сменило [поколение Y](#), родившееся на смене тысячелетий, которому на смену пришло поколение Z, поколение гаджетов. У каждого из времён – свои нравы. [O tempora! O mores!](#)

Это касается в полной мере новой техники и новых технологий, поколения которых меняются с калейдоскопической скоростью. Здесь время летит уже даже не стрелой, замедляющей своё движение, а ракетой, набирающей ускорение и взмывающей в небеса. Время принятия решений, время внедрения инноваций, время создания новых высокотехнологичных продуктов сокращается до минимума. Кто не успел – тот опоздал в этой бешеной гонке на выживание. Время не ждёт!

Для бизнеса время – деньги! Впервые эта фраза, «время – деньги!», была написана Бенджаминем Франклином, одним из отцов-основателей США, ещё в 1748 году. В наше время этот афоризм актуален как никогда.

То, что считалось новым ещё вчера, – телевизор, пейджер, мобильный телефон – сегодня уже становится анахронизмом. Компьютер, мобильник и Интернет стали тем «молоком матери», которые впитывают с самого рождения новые поколения XXI века.

И тут очень явственно начинаешь понимать, что Время работает не только как Творец, но и как Терминатор. Всё отжившее свой век безжалостно выбрасывается и рынком, и новыми поколениями на свалку истории. Телевизор в глазах молодёжи, [«поколения пепси»](#) и [«поколения гаджетов»](#), уже давно превратился в «YouTube для взрослых», живущих, в их понимании, в каменном веке. Про пейджер уже никто не вспоминает. Мобильный телефон и мобильный интернет, которые ещё вчера казались последним словом техники, сегодня уже воспринимается как день вчерашний. Сегодня всё настойчивей и настойчивей стучится в дверь Искусственный Интеллект. Войдите!

Каждый знает, что время может работать на нас, и время может работать против нас. Если мы понимаем задачи дня сегодняшнего и перспективы на завтра, то мы – в струе. Время работает на нас. Если не понимаем – жизнь вынуждает отчаянно барахтаться и плыть против течения, отчаянно цепляясь за соломинку в надежде не утонуть. Как для человека, так и для бизнеса это становится порой вопросом выживания.

Одним из новых трендов в современной бизнес-среде является создание бизнес-экосистем. Это, несомненно, день сегодняшний, который сулит большие перспективы завтра, в ближайшем будущем для первопроходцев бизнеса.

Что такое [бизнес-экосистема](#)?

Впервые термин бизнес-экосистема появился в июне 1993 году в статье [Джеймса Ф. Мура](#) в Harvard Business Review, озаглавленной [«Хищники и добыча: новая экология конкуренции в мае / июне 1993 года»](#):

«Джеймс Мур создаёт новую метафору конкуренции, взятую из изучения биологии и социальных систем. Он предлагает рассматривать компанию не как члена какой-то одной отрасли, но в рамках бизнес-экосистемы, которая захватывает различные отрасли промышленности. В бизнес-экосистеме компании "совместно развиваются" вокруг новых инноваций, сотрудничая и конкурентоспособно поддерживая новые продукты и удовлетворяя потребности клиентов.

Например, компьютер компании Apple ведёт экосистему, которая охватывает секторы персональных компьютеров, бытовой электроники, информации и коммуникаций. В любой более крупной бизнес-среде несколько экосистем могут бороться за выживание и доминирование, например, экосистемы IBM и Apple в персональных компьютерах или Wal-Mart и K-mart в розничной торговле со скидками.

Независимо от того, означает ли это инвестирование в перспективные новые технологии, подписание соглашений с поставщиками о расширении растущего бизнеса, развитие важнейших составных частей для поддержания лидерства или внедрение современных инноваций для борьбы с технологической отсталостью, руководители должны понимать эволюционные этапы, через которые проходят все бизнес-экосистемы, и, что ещё более важно, как направлять эти изменения».

В дальнейшем автор новой концепции и нового термина написал книгу «Смерть конкуренции: лидерство и стратегия в эпоху бизнес-экосистем».

Мур определил «бизнес-экосистему» как:

*«Экономическое сообщество, которое поддерживается фундаментом взаимодействующих организаций и отдельных лиц, является организмом делового мира».*

Мур использовал ряд экологических метафор, как то:

- 1). фирма внедрена в бизнес-среду;
- 2). ей требуется [КОЭВОЛЮЦИЯ](#) совместно с другими компаниями;

3). “конкретная ниша, которую занимает бизнес, оспаривается вновь прибывшими видами (**конкуренция**)». Это означало, что компании должны стать активными в развитии взаимовыгодных ("**симбиотических**") отношений с клиентами, поставщиками и даже конкурентами.

Спустя 21 год после выхода в свет данной статьи, в 2014 году, всемирно известная транснациональная компания Deloitte Touche Tohmatsu Limited опубликовала на 108 страницах доклад с символическим названием «**Бизнес-экосистемы достигают возраста совершеннолетия**». (В США полный возраст совершеннолетия – 21 год.)

В докладе Делойт Туш даёт своё определение бизнес-экосистем:

*«Экосистемы — динамичные и совместно развивающиеся сообщества, состоящие из разнообразных субъектов, создающих и получающих новое содержание в процессе как взаимодействия, так и конкуренции».*

В докладе Делойта отмечается, что хотя экосистемы и устойчивы, но внутренне характеризуются постоянным потоком. Когда вы находитесь в центре потоков, то небольшие, но грамотно сделанные движения реально могут приводить в движение очень большие вещи.

В то время как средства массовой информации, программное обеспечение, розничная торговля и другие, как правило, продвигаются в направлении всё большей самоорганизации, другие, такие как технологическая инфраструктура, поглощают мелких игроков и создают крупные фирмы, которые предлагают ресурсы, информацию и платформы для других. В докладе предлагается экосистема для каждого вида бизнеса, от индивидуального до многонационального.

В том же 2014 году было проведено крупнейшее в истории IPO компании Alibaba Group. В своих проспектах, представляющих философию компанию и стратегию её роста, слово «экосистема» было использовано более 160 раз.

Именно компанию Alibaba Group Герман Греф считает образцом экосистемы. Выступая в июне 2017 года в Ельцин-центре на тему «Новые технологические тренды и модели эффективного менеджмента», Герман Греф посвятил шестую часть своего выступления бизнес-экосистемам. По его мнению, высокотехнологичная платформа служит основой бизнес-экосистемы.

Он считает, что в настоящее время экосистем в России нет, хотя ряд компаний стремятся к их созданию, включая Сбербанк. Наиболее развиты экосистемы в Китае.

По мнению Грефа, появление экосистем приводит к радикальному изменению экономического ландшафта: к усилению конкуренции, к росту концентрации при распределении экономической прибыли, к увеличению интеграции и партнёрств по мере размывания границ, к росту значимости данных и усилению глобализации. К тому же больше внимания уделяется дистрибуции продукции.

Бизнес-экосистемы являются одним из современных трендов развития делового ландшафта. Но ими современная философия бизнеса отнюдь не исчерпывается. Новые времена каждый раз ставят новые задачи.

В своё время выдающийся британский историк, философ, культуролог и социолог Арнольд Тойнби создал свою знаменитую теорию локальных цивилизаций. В отличие от Маркса, в его понимании истории нет глобального движения общественно-экономических формаций. В его исторической ретроспективе историю движут вперёд не марксистские противоречия между трудом и капиталом, а противоречия между *Вызовами истории* и *Ответами общества*. Человек обладает свободой воли, что позволяет ему подняться над природным и социальным детерминизмом и на всякий *Вызов* времени, истории, природы дать свой адекватный *Ответ*. В полной мере это относится не только к цивилизациям, но и бизнес-компаниям и корпорациям.

Важнейший исторический ВЫЗОВ нашего времени – это лавина, девятый вал, цунами информации. Информационная революция, которая началась в середине прошлого века, достигла своего апогея. Количество новой информации растёт экспоненциально.

Человек захлёбывается в потоке информации. Зачастую это касается не только человека, но и бизнес. В силу технических причин компании порой не могут своевременно обработать уже имеющуюся у них информацию, чтобы принять правильное бизнес-решение, как оперативное, так и стратегическое. В условиях девятого вала информации бизнесу нужны всё более и более совершенные инструменты по её обработке, которые позволяют избежать различных «рифов» и «мелей», грозящих отправить компанию на дно.

С помощью новых информационных технологий «офисный планктон» вполне способен превратиться в креативных штурманов, навигаторов и «великих кормчих» своей компании по бушующим волнам рыночной стихии. Им в помощь служит прекрасный Hi-Tech компас, предлагаемый компанией **Colvir**.

Новый продукт компании **Colvir** позволяет не только грамотно и успешно вписаться в современный и перспективный тренд создания бизнес-экосистем, но и кардинальным образом сократить время на обработку лавины информации и принятия грамотного бизнес-решения.

Новаторское решение **Colvir MIS** поддерживает полный цикл управления бизнесом за счет:

- моделей стратегического планирования, систем ключевых (KPI) и/или сбалансированных (BSC) показателей;
- производственных, бюджетных и финансовых моделей любой сложности (в том числе, в логике сквозного планирования);
- производственного и финансового менеджмента – бюджетного контроля, учета производственных показателей, управленческого учета, распределения доходов и затрат, расчета себестоимости, формирования управленческой отчетности, отчетности по МСФО и др.;
- анализа финансового состояния, оценки инвестиционных проектов и бизнеса;
- анализа возможных бизнес стратегий, отклонений плановых от фактических данных, различий между версиями моделей;
- гибкой аналитической отчетности;
- использования накопленной информации для принятия эффективных управленческих решений.

Ключевыми принципами **Colvir MIS** являются:

1. **Простые инструменты в руках творческих людей**
2. **Минимальные сроки на реализацию готовых решений**
3. **Независимость от разработчиков системы**
4. **Открытость для развития и реализации новых потребностей**
5. **Адаптивность к любой информационной среде**

В состав решения входят следующие элементы:

- комплекс инструментов для создания бизнес приложений, направленных на поддержку корпоративных процессов управления;
- широкий спектр стандартных методик – основа моделей всех типов, используемых для управления бизнесом;
- отраслевые модели, разработанные на основе стандартных методик (в настоящее время имеются готовые отраслевые модели для банков, IT- компаний и золотодобывающих предприятий; компания Colvir работает над расширением спектра отраслевых моделей);
- встроенные бесплатные инструменты Business Intelligence (BI) и другие средства для бизнес анализа (возможно использование уже имеющихся в организации инструментов BI);
- инструменты сбора данных из различных источников;
- Colvir Data Management Center (CDMC) для хранения учетных и аналитических данных, полученных из первичных источников (в случае, если в качестве учетной системы используется один из продуктов Colvir, загрузка данных в CDMC выполняется автоматически).

Важнейшим преимуществом используемых инструментов является **отсутствие программирования**. Любые модели, методики и отчеты могут создаваться финансистами и специалистами бизнес подразделений. Инструменты **Colvir MIS** интуитивно понятны, похожи на электронные таблицы и практически не требуют предварительного обучения.

**Colvir MIS** обеспечивает сбор, хранение, обработку и анализ данных в разрезе любых временных периодов и аналитических измерений как по организации в целом, так и по всем ее подразделениям. Отсутствие ограничений по масштабированию позволяет использовать продукт в холдинговых структурах и группах компаний. Мощные средства **мультиязычности** дают возможность пользователям работать с системой одновременно на разных языках.

Наряду с традиционными проектами по покупке и внедрению продукта, компания предлагает модель **Software as a Service (SaaS)** с использованием облачных технологий. Эта модель дает возможность снизить инвестиционные и операционные затраты и риски, связанные с внедрением и поддержкой комплексной IT-системы, сбалансировать производительность программного обеспечения в периоды пиковой нагрузки, используя принцип “вычислительная мощность по требованию”. Кроме того, работу с бизнес приложениями в модели SaaS можно начать быстрее, чем в традиционной модели.

При использовании модели SaaS высокий уровень безопасности гарантируется за счет:

- отсутствия доступа к бизнес приложениям и данным у посторонних лиц, включая сотрудников дата центра (ключи для доступа предоставляются только уполномоченным лицам клиента; в случае необходимости доступ сотрудникам дата центра может быть предоставлен по решению и под контролем уполномоченного лица на ограниченное время);
- использования многофакторной аутентификации, включая аппаратные средства (токены, биометрию и пр.);
- использования защищенных каналов связи (VPN-каналов).

To be continued ...