

ECOSISTEMUL DE AFACERI ȘI ELEMENTELE SALE

THE BUSINESS ECOSYSTEM AND ITS ELEMENTS

CZU: 334:504.75

Oleg FRUNZE,
doctor, lector universitar,
Academia de Administrare Publică

SUMMARY

All entrepreneurial activities and investments can generate positive and negative outcomes for people and the planet. Everything we do has an impact on the community and the environment. Enterprise management is responsible for practical activities and assessment of the impact of these activities in order to reduce the negative effects and increase the positive effects. Business ecosystem management seems to be the solution that gives hope for the future.

Keywords: business, business ecosystem, management.

REZUMAT

Toate activitățile antreprenoriale și investițiile pot genera rezultate pozitive și negative pentru omenire și planetă. Tot ceea ce facem are un impact asupra comunității și a mediului. Managementul în cadrul unei întreprinderi presupune responsabilitatea pentru activitățile de desfășurare practică și aprecierea impactului acestor activități pentru a reduce efectele negative și a crește efectele pozitive. Managementul ecosistemelor de afaceri pare a fi soluția care oferă speranță pentru viitor.

Cuvinte-cheie: afaceri, ecosistem de afaceri, management.

Elementele de dezvoltare din domeniul tehnologiei, interconectivității, corelate cu dorințele și așteptările angajaților și angajatorilor, creează schimbări semnificative în ceea ce privește natura muncii și contractele formale și neformale dintre angajator și angajați.

În Republica Moldova circa 97,2% din totalul întreprinderilor autohtone sunt întreprinderi mici și mijlocii, care generează mai mult de 55% din totalul locurilor de muncă din republică, iar venitul din vânzări reprezintă 30,8% din venitul total al întreprinderilor, contribuția IMM-ilor în PIB este de peste 32%.

Situația creată în societate, precum creșterea lentă a salariilor, creșterea cos-

turilor vieții în marile orașe și creșterea comunității liberilor profesioniști, toate aceste provocări pot sprijini dezvoltarea în viitor a orașelor mici și celor periferice.

Lumea afacerilor nu încetează să vorbească despre importanța ecosistemelor. Conform ultimului raport al Forumului Economic Mondial din 2019, interesul față de ecosisteme cu activitate digitală este în creștere. Cea mai mare parte a atenției a fost acordată implicațiilor macroeconomice. De exemplu, unele cercetări spun că până în 2025 peste 30% din activitatea economică globală ar putea fi mediată de platforme digitale, însă mai puțină atenție se acordă semnificației ecosistemelor pentru practica managementului.

Furnizorii de platforme pentru companii, agenții guvernamentale, contractori independenți, cocreatori de clienți și mulți alții contribuie împreună la producerea de valori. Ideea este că fiecare dintre aceste părți ar putea beneficia dacă ar fi avut o viziune mai cuprinzătoare asupra eforturilor lor comune.

Pe timpul când întreprinderile adoptau vocabularul și metafora ecosistemului, nu existau multe informații despre modul în care abordările și comportamentele managementului ar trebui să evolueze ca și reacție la aceste schimbări. Adică, ce stiluri de leadership ar fi eficiente pentru a obține ordinea necesară și a face sistemul să funcționeze mai bine? Ce structuri noi, instrumente și procese necesită managerii pentru a permite coordonarea mai largă și pentru a menține progresul pe calea cea bună?

Din numeroase cercetări și din practică s-au observat dovezi precum că managerii care își ajustează abordările pentru a se potrivi mai bine unei lumi a ecosistemelor sunt mai aproape de reușită. Gândirea companiei ca ecosistem are abordarea pe două direcții: una privind mediul extern, pe măsură ce firma câștigă experiență cu „afaceri prin internet”, adică o dezvoltare propusă a internetului în care obiectele de zi cu zi au conectivitate la rețea, permițându-le părților implicate să trimită și să primească date. Deci compania vede cum s-au schimbat oportunitățile și responsabilitățile datorită conexiunilor directe cu consumatorii. Iar alta - pe plan de mediu intern, unde compania s-a restructurat radical în sute de celule antreprenoriale - un ecosistem de unități concentrate, toate fiind utilizate de o platformă comună de infrastructură.

Noțiunea de ecosistem de afaceri scoate în evidență natura colectivă și sistemică a antreprenorialului. Firmele noi apar și cresc nu doar din motivul că s-au găsit indivizi care le-au creat și le-au dezvoltat, ci grație

faptului că se află într-un mediu sau „ecosistem” format din jucători privați și publici, care susțin și facilitează activitatea antreprenorială. Deci, pentru a stimula activitatea antreprenorială într-o anumită țară este nevoie de a facilita crearea unui ecosistem favorabil antreprenorialului.

Pe măsură ce întreprinderile câștigă experiență în gestionarea ecosistemelor, consultanții și oamenii de știință caută modelele de management ce funcționează eficient. De exemplu, cercetarea din cadrul Boston Consulting Group subliniază modul în care liderii trebuie să treacă de la a fi delegați de rang înalt la „coordonăți” influenți. În medii unde liderii nu pot exercita autoritatea oficială și unde triumfurile colaborative atrag realizările individuale, aceștia trebuie să devină mai buni în capacitatea de a construi comunități și de a inspira conlucrarea.

Când se vorbește despre ecosisteme de afaceri, ca și în cazul tuturor metaforelor de management, apare întrebarea dacă este cu adevărat o noutate. Poate companiile erau întotdeauna încorporate în sisteme mai mari și, de asemenea, erau alcătuite din rețele interne? Într-adevăr, însuși Peter Drucker, cu decenii în urmă, a venit cu termenul de „ecologie socială” pentru a descrie natura muncii, studiind funcționarea organizațiilor, impactul lor și integrarea în societate.

Ceea ce s-a schimbat este tehnologia care ne-a conectat mai mult și ne-a scufundat în date variate mai mult ca oricând. În lumea de astăzi a rețelelor și software-ului de colaborare, a datelor masive, a analizelor și inteligenței artificiale, managerii, pur și simplu, nu pot continua să-și asume un model artificial al firmei pentru a vedea cum să o gestioneze. Acum, când activitățile firmelor sunt atât de interconectate, iar succesele lor sunt atât de interdependente, vechile instrumente și tehnici nu mai funcționează.

Pentru a reuși în epoca platformelor și

a parteneriatelor, managerii vor trebui să schimbe practica lor pe mai multe niveluri. Iar cu noile practici de gestionare a ecosistemului trebuie să apară și o nouă teorie a managementului, reorientată, de asemenea, într-o perspectivă la scară mai largă la nivel de sistem. Atât practicienii, cât și oamenii de știință pot începe prin oferirea de modele mecanice, de epocă industrială privind resursele, procesele și rezultatele. Ei vor trebui să aibă o viziune mai dinamică, organică și mai evolutivă asupra modului în care capacitățile organizațiilor cresc și pot fi cultivate.

Elementele ecosistemului de afaceri sunt considerate următoarele:

Politici: de guvernare (instituții, suport financiar, cadru normativ, instituții de cercetare, legislație, toleranța la risc); de leadership (sprijin inechivoc, legitimitate socială, acces la apărare, strategii de afaceri, urgențe, crize, provocări).

Finanțe: capital financiar (microfinanțare, investiții private, investiții în domenii emergente, fonduri de capital de risc, capital privat, piețe publice de capital, finanțarea datoriei).

Cultură: istorii de succes (realizări de succes, bunăstarea fondatorilor, reputație internațională); norme sociale (toleranța la eșecuri, inovare, creativitate, experimentare, statutul social al întreprinzătorului, crearea de bunăstare, ambiții, drive etc.).

Suport: infrastructură (telecomunicații, transport, logistică, energie, centre de incubare, clustere); suport profesional (juridic, contabil, investițional, tehnic, consiliere); instituții non-guvernamentale (promovarea antreprizei, concurs de business-planuri, conferințe, asociații pro-antreprenoriale).

Capital uman: instituții educaționale (nivelul profesional și academic, instruirea specifică antreprenorială); angajați (calificați și necalificați, antreprenori în serie și prin dinastie).

Piețe: clienți (primii utilizatori pentru demonstrarea conceptului, expertiza în producție, clientul de referință, primele recenzii, canale de distribuție); rețele (rețele de antreprenori, rețele ale diasporei, corporații multinaționale).

Pe măsură ce tot mai mult se lucrează pentru a vedea oportunitățile acestui nou standard, va trebui de anticipat și de preocupat și de partea mai puțin plăcută. Mai multe rețele interconectate aduc noi dinamici și consecințe neintenționate, cum ar fi accidente instantanee, ce au șocat piețele financiare digitalizate regionale și piețele globale, ce au apărut în rezultatul efectului de rețea, iar randamentele tot mai mari au condus la monopoluri moderne.

Atunci când multe entități converg spre un anumit standard, platformă sau viziune a viitorului, dar niciuna nu are suficientă putere în mod individual pentru a-l modifica, rezultatul poate fi un sistem profund defect care este incapabil să se schimbe.

O economie, și mai ales o economie de piață, se dezvoltă nu numai atunci când se dispune de instrumentele potrivite, ci și atunci când se dispune de reguli corecte. Reproducerea pentru epoca ecosistemelor a acestor reguli trebuie să fie o prioritate a unui grup care este în sine un ecosistem - cercetătorii, consultanții, autoritățile de reglementare și, bineînțeles, managerii a căror inițiative formează activitatea de management. Împreună, aceștia trebuie să găsească căi de combatere a părții problematice a interconectivității dense și să se găsească potențialul de inovare și cocrearea de valoare.

Amplasarea ecosistemelor antreprenoriale are la bază cultura localității, politicile de creare și dezvoltare a afacerilor, calitatea conducerii locale, disponibilitatea finanțărilor adecvate pentru afaceri, calitatea capitalului uman, existența piețelor favorabile și o gamă largă de sprijin instituțional și de infrastructură.

Inovațiile și ecosistemele de afaceri rămân subiecte importante în economia digitală care se formează și se extinde. Având în vedere relevanța practică și creșterea rapidă a utilizării conceptului de ecosistem de către manageri, antre-

prenori și actori politici, nu este o surpriză faptul că cercetătorii din diferite domenii și discipline se reunesc și discută la acest subiect. Viitorul ecosistemelor va fi ceea ce se gândește și se face cu toții împreună.

BIBLIOGRAFIE

1. Isenberg, D. J., The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship, the Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. Babson College, 2011.
2. Spigel, B., The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 2017, pp. 49-72.
3. Stam, E., Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 2015, pp. 1759-1769.
4. World Economic Forum, Platforms and Ecosystems: Enabling the Digital Economy, Geneva/ Switzerland, 2019. În: http://www.weforum.org/docs/WEF_Digital_Platforms_and_Ecosystems_2019.pdf
5. Entrepreneurship ecosystem. În: www.en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship_ecosystem

Prezentat: 15 iulie 2019.

E-mail: frunze.oleg@gmail.com