

## РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГЛОБАЛЬНІЙ ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОСИСТЕМІ

Г. Ю. Чучмай

аспірантка

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
ganna.chuchmai@yahoo.com

У статті розглядається роль інноваційних платформ, що дозволяють формувати інноваційні екосистеми і домінують у багатьох галузях промисловості, роль інноваційних екосистем у появі нових компаній та стимулюванні неоднорідності серед них, вплив екосистем на стратегічні зміни в ході еволюції нових підприємств та управлінські проблеми, з якими вони можуть зіткнутися під час свого розвитку. Також розглядаються різні типи підприємництва, що пов'язані з керівниками екосистеми і допомагають їм задовольняти потреби ринку, адаптуватися і швидко реагувати на технологічні і ринкові виклики.

**Ключові слова:** інновації, екосистема, підприємництво, глобальна мережа знань, інноваційна платформа.

### РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ГЛОБАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОСИСТЕМЕ

В статье рассматривается роль инновационных платформ, позволяющих формировать инновационные экосистемы и доминирующих во многих отраслях промышленности, роль инновационных экосистем в появлении новых компаний и стимулировании неоднородности среди них, влияние экосистем на стратегические изменения в ходе эволюции новых предприятий и управленческие проблемы, с которыми они могут столкнуться во время своего развития. Также рассматриваются различные типы предпринимательства, связанные с руководителями экосистемы и помогающие им удовлетворять потребности рынка, адаптироваться и быстро реагировать на технологические и рыночные вызовы.

**Ключевые слова:** инновации, экосистема, предпринимательство, глобальная сеть знаний, инновационная платформа.

### THE DEVELOPMENT OF THE MODERN FORMS OF ENTREPRENEURSHIP IN GLOBAL INNOVATION ECOSYSTEM

The article examines the role of innovative platforms that dominate in the industries, the role of innovation ecosystems in the emergence of new companies and encouraging heterogeneity among them, the influence of ecosystems on strategic changes in the evolution of new business and managerial problems which they can face during their development; also studies the various types of business related to ecosystem managers and help them meet market needs to adapt and respond quickly to technological and market challenges.

**Keywords:** innovation, ecosystem, entrepreneurship, a global network of knowledge, innovation platform.

**Постановка проблеми.** Найбільші компанії визнали необхідність доступу до глобальної мережі знань, щоб розробляти і придбувати нові технології, які допомагають краще обслуговувати клієнтів. Для координації доступу до цієї мережі знань було розроблено інноваційні платформи, на базі яких нові підприємства і невеликі компанії мають можливість упроваджувати свої нововведення. Ці платформи дозволили сформувати інноваційні екосистеми, які стали базою для створення нових підприємств різних типів. В останні роки інноваційні платформи домінують у багатьох галузях промисловості. Як правило, інноваційна платформа включає в себе керівника платформи, що запрошує інші компанії та окремих осіб упроваджувати нововведення [2, с. 555].

Найпопулярнішим прикладом інноваційної платформи є iPhone, де компанія Apple грає роль керівника і пропонує своїм партнерам платформу для створення вартості (iPhone/iPod/iPad), а також платформу (iTunes) для присвоєння вартості [1, с. 263-264]. Ця платформа стала базою для розвитку численних стартапів і ринку мобільних додатків для споживачів по всьому світу. Учасники платформи розвивають інноваційні програми для глобального охоплення і підвищення функціональності нових продуктів. Ці нововведення дозволяють розвивати і формувати екосистему на свою користь.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Теоретичною основою дослідження є праці іноземних та вітчизняних фахівців у галузі. Р. Агарвал, Д. Одретч і М. Саркар у своїй статті «Процес творчого будівництва: поширення знань, підприємництва та економічного зростання» [1] розглядають: основний механізм переливу знань стратегічного підприємництва за допомогою вкладення знань до існуючих організацій у поєднанні з підприємницькою дією осіб, упровадження знань в їх контекст, що призводить до створення нових підприємств, неоднорідності в продуктивності і подальшого зростання в промисловості регіонів і країн. Т. Феліно, Т. Зенгер, Д. Томсік у своїй роботі «Економіка знань: нові організаційні форми, відсутність мікроекономічних і ключових факторів для управління людським капіталом» [2] розглядають загальні перспективи розвитку економіки знань і досліджують неринкові механізми виробництва, організаційні форми, механізми управління і процеси, які можуть сприяти створенню і передачі знань. Г. Кресел у своїй роботі «Конкуренція майбутнього: як цифрові інновації змінили світ» [3] розглядає значення цифрових технологій; роль венчурного капіталу у фінансуванні революції; важливість наукових досліджень і роль Індії та Китаю в цифровій економіці. Д. Лівінгстон у своїй праці «Робота засновників: історія перших днів існування стартапів» [4] виявляє сучасних лідерів ринку та аналізує їх шлях становлення від ново-

створених компаній до лідерів ринку. П. Лукша у своїй роботі «Проектування ніші: процес створення можливостей в навколишньому середовищі» [5] розглядає процес створення організацій і трансформування ніш, конкурентоздатність та роль комунікативних стратегій у процесі розвитку організацій. І. Г. Куфтирьов приділив особливу увагу вивченню інноваційних екосистем у регіональному аспекті; Л. І. Федулова, О. С. Марченко, А. Ю. Кулев у своїх працях вивчають сутність та методологічні засади формування інноваційних екосистем, а також становлення високотехнологічного сектора економіки; Н. В. Смородинська розглядає роль мережових інноваційних екосистем в динамізації економічного зростання.

Проте, незважаючи на істотний внесок учених у розробку теоретичних положень і практичних рекомендацій у досліджуваній сфері, розвитку сучасних форм підприємництва в глобальній інноваційній екосистемі приділялося недостатньо уваги.

**Цілі статті.** Мета дослідження – визначити роль інноваційних екосистем у появі нових компаній та стимулюванні неоднорідності серед них, виявити вплив екосистем на стратегічні зміни в ході еволюції нових підприємств.

Виклад основного матеріалу. Інноваційні платформи забезпечують сприятливі умови для створення нових компаній різного типу. Тим не менш, успіх і виживання цих нових компаній в значній мірі залежать від їх здатності задовольняти потреби свого керівника платформи (наприклад, Apple і її iPhone). Ці компанії виступають в наступних ролях: виробників, постачальників і нішевих гравців, завдяки чому інноваційні платформи залишаються конкурентоспроможними, а нові підприємства знаходять своє місце в динамічних екосистемах. Також ці ролі визначають різні типи можливостей створення вартості, які можуть існувати в екосистемі.

Концепція інноваційної екосистеми відноситься до взаємозалежної мережі компаній, які спільно розвивають інноваційні можливості або платформи, впливають на загальну ефективність роботи і залежать одна від одної. Учасники екосистем, як правило, спільно працюють і на конкурсній основі розробляють нові продукти та послуги, засновані на загальному наборі технологій, знань, навичок, що складають платформу [5, с. 272]. Інноваційні екосистеми існують протягом багатьох років, але є риси, що стали більш помітними в останні роки: платформи інноваційної екосистеми більше не обмежуються секторами мікропроцесорів і комп'ютерів, вони отримали широке розповсюдження і в інших секторах, включаючи побутову електроніку (наприклад, мобільні телефони, електронні іграшки), побутову техніку, автомобілі. Інноваційні екосистеми народжують нові підприємства і стимулюють різні види підприємницької діяльності [6, с.11]. Водночас ці підприємства створюють і впливають на зміни в екосистемах, що засновані на радикальних інноваціях. Взаємні відносини між екосистемами, компаніями та інноваціями призводять до

еволюції екосистеми, визначають її життєздатність і витривалість. Таким чином, через інтеграцію різних видів знань зберігається процес «творчого творення», в якому старі знання використовуються разом з новими для створення нових продуктів та програм.

Компанії часто конкурують одна з одною та відстоюють свої позиції на існуючих мережах і мережах, що розвиваються; деякі підприємства поглинають інші компанії для збільшення свого впливу [3]. Їх доля тісно пов'язана з рішенням керівників платформи, тому нові компанії повинні бути уважні до змін у стратегії своїх керівників, наприклад вони часто хочуть зменшити свою залежність від застосування інновацій нових підприємств, в результаті чого керівники платформи можуть присвоїти деякі з основних функцій розробки. Коли лідери платформи бачать загрозу для своєї позиції на ринку, вони можуть саботувати зусилля нових підприємств із залучення нових технологій, тим самим перешкоджаючи їх діяльності з успішною комерціалізацією своїх інновацій.

Підприємництво в екосистемі виражається в різних формах, які включають: створення нових компаній, створення нових підрозділів, упровадження принципово нових продуктів і бізнес-моделей. Іноді нові компанії створюють свої власні мережі, які працюють, щоб змінити правила конкуренції та збалансувати вплив домінуючих гравців у галузі. Деякі з цих новостворених мереж ростуть і стають потужними силами в промисловості і решті можуть замінити традиційних гравців та їх мережі [7, с. 92].

Нові компанії часто вузько направлені і пов'язані з технологіями, вони не мають багато можливостей розподілу, комерціалізації і ефективної маркетингової стратегії. Ланцюг постачання цих компаній може бути обмежений через недостатню кількість ресурсів, відсутність зв'язків та брак досвіду [9, с. 189]. Це означає, що участь в екосистемі має вирішальне значення для цих компаній і збільшує їх залежність від керівника платформи, дає доступ до ресурсів і можливостей, яких не вистачає самій компанії.

Дисперсія і різноманітність знань, що необхідні для сучасних складних продуктів, технологій та інновацій, у свою чергу створюють різні типи компаній [2, с. 567]. Ці компанії значно різняться за своїми ринковими і ресурсними базами і бізнес-моделями, а також за здатністю будувати партнерські відносини з іншими підприємствами. Неоднорідність компаній дає можливість припустити, що вони можуть займати різні ринкові позиції в екосистемі і посилювати свої відмінності [10, с. 122].

В інноваційній екосистемі існує три типи компаній: виробники – нові підприємства, що створюють нові ідеї, які докорінно перетворюють бази знань екосистеми; постачальники – нові підприємства, які роблять непропорційно швидкі відкриття і винаходи в екосистемі; і нішеві гравці – спеціалізовані нові підприємства, які виділяють нішу в екосистемі і розвивають її. Ці типи пов'язані з керівниками екосистеми і допомагають їм задовольняти потреби ринку, адап-

туватися і швидко реагувати на технологічні і ринкові виклики та інші зміни. Очевидно, що ці типи не представляють вичерпний список всіх нових підприємств, які могли б існувати в екосистемі; скоріше, вони ілюструють потенційну різноманітність цих компаній.

Компанії-виробники роблять оригінальні дослідження і розкривають нові технологічні парадигми, змінюють базу знань галузі. У деяких випадках вони виявляють нові зв'язки між існуючими, але розрізненими технологіями знань в галузі, а потім об'єднують їх. В інших випадках вони приносять інновації з інших галузей і об'єднують їх з тим, що існує в галузі, або виконують оригінальні дослідження, які зосереджені на зміні галузевої основи. Їх підприємницька діяльність радикально трансформує курс або форму існуючої екосистеми, створює абсолютно нову екосистему, а також сприяє створенню нових галузевих ніш і ринків [4]. Компанії-виробники найчастіше зустрічаються в біотехнологічній та біофармацевтичній галузях. Вони зазвичай існують на околицях існуючої екосистеми (або іноді навіть за її межами) і часто мають слабкі зв'язки з керівником екосистеми та іншими компаніями-членами і роблять слабкий акцент на ринках та комерціалізації.

Компанії-постачальники перетворюють винаходи в інновації, які додають значну ринкову вартість існуючій інноваційній платформі та екосистемі. Наприклад, вони перетворюють оригінальні ідеї, розроблені виробниками, у більш конкретні інновації з чітким акцентом на ринку і використовують свої зв'язки у комерціалізації інноваційних ідей, у тому числі тісні зв'язки з керівниками платформи [1, с. 264]. Постачальники виступають у ролі сполучної ланки між компаніями-виробниками і різними гравцями, які існують в екосистемі. Компанії-постачальники зосереджують увагу на комерціалізації своїх продуктів, вивченні клієнтів, будівництві соціального капіталу, а також маркетингової стратегії.

Нішеві гравці — це спеціалізовані компанії, які розробляють одну або більше частин з основоположних технологій, платформи для продуктів чи послуг, що проводять один або більше інноваційних процесів в екосистемі. Вони роблять це або самостійно, або співпрацюючи з іншими (в тому числі з домінуючим гравцем) [8, с. 29]. Нішеві гравці застосовують свої спеціальні знання для створення вартості в екосистемі і розвивають ніші завдяки досвіду, заснованому на конкретних технологічних, ринкових та виробничих знаннях. Нішеві гравці, як правило, детально вивчають своїх клієнтів та мають добре розвинуті маркетингові навички та знання ринку [4]. Нішеві гравці вивчають ринок за допомогою експериментування, дослідження розвитку продукту. Для них характерна відсутність незалежних можливостей комерціалізації і спирається на комерціалізацію платформи, запропонованої керівниками екосистем.

**Висновки.** Таким чином, поява глобальних інноваційних екосистем створила можливості для нових фірм і їх засновників. Робота з іншими компаніями, пов'язаними з інноваційними платформами, дає новим підприємствам можливість дізнатися інформацію про розробку та розподілення продукту, а також навички з маркетингу і знання про ринки, клієнтів, конкуренцію і її динаміку, які регулюють розвиток екосистеми, що може допомогти позиціонувати нові підприємства. Інноваційні платформи, які населяють інноваційні екосистеми, як правило, займають нові компанії, що грають різні ролі в задоволенні потреб керівників цих платформ і їх членів. Граючи ці ролі, компанії використовують свої ресурси, навички і можливості, щоб диференціювати себе від інших підприємств при будівництві міцних торговельних відносин, які дають їм їх унікальний ринковий простір, а також дозволяють розвивати свої ринки і використовувати нові можливості.

**Науковий керівник: д.е.н., проф. Довгаль О. А.**

#### Література:

1. Agarwal R., Audretsch D., Sarkar M. The Process of creative construction : knowledge spillovers, entrepreneurship and economic growth. / R. Agarwal, D. Audretsch, M. Sarkar, // *Strategic Entrepreneurship Journal*. — В. : 2007. — № 1 (2). — P. 263–286.
2. Felin T., Zenger T., Tomsik J. The knowledge economy: emerging organizational forms, missing microfoundations, and key considerations for managing human capital. / T. Felin, T. Zenger, J. Tomsik, // *Human Resource Management*. — В. : 2009. — № 48 (4). — P. 555–570.
3. Kressel H. Competing for the future: How digital innovations have changed the world : Kressel H. 1st ed. Corr. 2nd printing — С. : Cambridge University Publisher. 2007. — 422 p.
4. Livingston J. Founders at work: Stories of startups' early days: Livingston J. — 1st ed. Corr. 2nd printing. — В. : Apress. 2007. 222 p.
5. Luksha P. Niche construction : the process of opportunity creation in the environment. / P. Luksha // *Strategic Entrepreneurship Journal*. В. : 2008 — № 2. P. 269–283.
6. Копейкина Л. Экосистема для инновационного бизнеса / Л. Копейкина // *The Angel Investor*. — 2008. — Январь. — С. 10–13.
7. Куфтырёв И. Г. Инновационные экосистемы : региональный аспект : учебно-методический комплекс / И. Г. Куфтырёв. — Н. Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2011. — 94 с.
8. Смородинская Н. В. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста / Н. В. Смородинская // *Инновации*. — 2014. — № 7. — С. 27–33.
9. Edquist C. Systems of Innovation: Perspectives and Challenges // Fagerberg J., Mowery D., Nelson R. / (eds.) *Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press. November 2005. — P. 181–208.
10. Sverker A. Corporate Innovation Systems / A. Sverker, J. Staffan, S. Soren, O. Christer, N. Teknlic. — Goteborg : Chalmers University of Technology, 2000. — 150 p.