

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.12.106](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.12.106)

УДК 330.342.24

*І. А. Кораблінова,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії та управління проектами
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова, м. Одеса
ORCID: 0000-0003-2701-0447*

*І. М. Мишелов,
магістрант кафедри економічної теорії та управління проектами
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова, м. Одеса
ORCID: 0000-0003-1989-4801*

СТРАТЕГІЯ «СО-INNOVATION» У КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМАЛЬНИХ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ

*Iryna A. Korablinova
Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economic Theory and Project Management,
O. S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications
Iryna M. Myshelov*

Master's Degree student of the Department of Economic Theory and Project Management, O. S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications

CO-INNOVATION STRATEGY IN THE CONTEXT OF THE PARADIGM SHIFT IN ECONOMIC THEORY AND PRACTICE

У статті розглянуто передумови появи нової парадигми інноваційного розвитку компаній. Обґрунтовано актуальність цього питання для України на основі аналізу поточного стану інноваційного розвитку. Узагальнено дефініції та характеристики інноваційної екосистеми у працях зарубіжних та вітчизняних вчених. Проілюстровано модифікацію інноваційної діяльності від ієрархічної до екосистемної моделі. Виокремлено основні характеристики інноваційно-активних компаній та умов їх інноваційної діяльності на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства. Роз'яснено причини появи інноваційних екосистем у цифровій галузі. Проведено аналіз реалізації стратегії «Co-innovation» через призму досвіду компанії «Amazon», яка здійснює маневри на цифровому бізнес-ландшафті, перетворюючись у різних секторах з клієнта на оператора, з конкурента на партнера та навпаки. На основі узагальнення результатів спостережень за діями подібних компаній з цифрової галузі, у статті обґрунтовано зв'язок цих явищ з парадигмальними зрушеннями, які відбуваються у сучасній економічній науці.

The current stage of the development of information society has been characterized by a high rate of speed in the external environment and by complexity of the task that arise every day to the economic agents. However, the world's leading technology companies are anxious not so much to adapt quickly

to new conditions, as it are to set the direction of the vector of development not only in digital industry, but also, in general, to change of trends in the international business. Realization of Co-innovation strategy is an among the main ways to exercise influence over tendencies of development of modern economy and business. It provides for the creation and development of innovation through information networking and building of relationships with different partners. The reasons for the emergence of a new paradigm of innovative development of companies are considered. The relevance of this issue for Ukraine is substantiated based on the analysis of the current state of innovative development. A review of the definition and characteristics of the innovation ecosystem in the works of foreign and domestic scientists is made. A modification of innovation from a hierarchical to an ecosystem model is illustrated. The main characteristics of innovatively active companies and the conditions of their innovative activity at the present stage of development of the information society are highlighted. The reasons for the emergence of innovative ecosystems in the digital industry are explained. The world's leading technology companies strive to create their own innovative ecosystems around products, technologies, customers, etc. The specifics of the digital industry provides for their close interconnection and interaction with other participants in the digital industry. The article analyzes the implementation of the Co-innovation strategy through the prism of Amazon experience. This company maneuvers on the digital business landscape, turning from client to operator, from competitor to partner, and vice versa in various sectors of international economy. Based on a generalization of the results of observations of the actions of similar companies from the digital industry, the article substantiates the connection of these phenomena with the paradigm shifts that occur in modern economic science. It is substantiated that in further research, attention should be paid to whether the Co-innovation strategy of modern companies always brings benefit to society.

Ключові слова: парадигмальні зрушення; інформаційне суспільство; інноваційний розвиток; інноваційна екосистема; co-innovation; цифрова галузь; відкриті інновації; партнерські відносини.

Key words: paradigm shifts; information society; innovative development; innovative ecosystem; co-innovation; digital industry; open innovation; partnerships.

Стаття підготовлена при виконанні науково-дослідної роботи кафедри економічної теорії та управління проектами Одеської національної академії зв'язку ім. О. С. Попова у межах ІНДР (2019 – 2020) на тему «Теоретичні засади та практичні аспекти інноваційного розвитку сучасних компаній у сфері інформаційних та комунікаційних технологій».

Постановка проблеми в загальному вигляді. У результаті інформаційної революції, яка в останні десятиліття має прояв у тих чи інших формах майже в усіх країнах світу, відбуваються парадигмальні зрушення в економічній науці. Сучасні дослідники приходять до висновку, що інформація та знання на сьогодні є рушійними силами інноваційного розвитку суспільства, а інновації, своєю чергою, є невід'ємним елементом системи економічних відносин. Під час парадигмальних зрушень в економічній науці відбуваються зміни як у теорії інновацій, так й у підходах до інноваційного розвитку сучасних компаній.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На межі тисячоліть багато вчених дійшли висновку, що нова економіка, яка розгортається на основі новітніх інформаційних та комунікаційних технологій (ІКТ), здійснює глибокий вплив на вектори економічного мислення, економічної політики та поведінки економічних суб'єктів. Свого часу лауреат Нобелівської премії з економіки Стігліц Дж. [1] наголошував на тому, що у межах інформаційної економіки відбувається фундаментальна зміна домінуючої економічної парадигми.

На думку вітчизняного економіста Гриценка А.А., «в сучасній економіці відбуваються суттєві зміни, пов'язані з формуванням інформаційно-мережевого суспільства. Ці зміни не можуть бути пояснені існуючими теоріями, що сформувалися на базі індустріально-ринкового господарства. В результаті існуючі концепції перестали бути адекватними новим реаліям, що проявилось у зниженні їх спроможності передбачати розвиток подій і давати дієздатні моделі для управління економічними процесами» [2]. Згідно роботи Думної Н.Н. [3], «у сучасній економіці інформація відіграє величезну революційну роль, модифікуючи практично всі сторони економічного життя».

У доповіді Маслова А.О. [4] наголошено на роль інформаційних технологій у парадигмальних зрушеннях в економічній теорії та практиці: «процеси, що викликані інформаційно-технологічною революцією в найбільш

економічно розвинених країнах, охопили всі сторони суспільства, перетворивши його із індустріального в постіндустріальне сервісно-інформаційне з відповідною йому економікою. Вступ людства в епоху інформаційно-технологічного розвитку обумовив неймовірне зростання значення нематеріальних факторів виробництва, зокрема, інформації, яка перебуває у постійному русі й розвитку, обсяги її зростають по експоненті, що породжує нові проблеми та необхідність їх дослідження. Відповідно актуальність питання впливає на активність вивчення феномену інформації та інформаційної економіки».

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Нова модель розвитку передбачає зміну економічної поведінки економічних суб'єктів. Як зазначено в одному з останніх досліджень вітчизняних вчених [5], «виклики XXI століття потребують нової парадигми економічного розвитку, пов'язаною з такою інноваційною діяльністю, коли інновації стають постійною та природною формою існування як первинних ланок галузей та сфер національної економіки, її регіонів, так і всього господарського комплексу країни, і виступають як цілісна циклічна система «наука – техніка – виробництво». Саме інновації та інноваційний розвиток є інструментом впливу на соціально-економічний процес розвитку суспільства, рушійною силою, що спроможна забезпечити конкурентоспроможність, економічну стабільність та незалежність країни».

Аналіз поточного стану інноваційного розвитку, який додається до Стратегії інноваційного розвитку України на період до 2030 року, вказує на те, що для нашої країни питання інновацій є вирішальним для подальшого соціально-економічного розвитку [6]. Згідно міжнародних звітів, опублікованих у 2019 році, наша країна у питаннях інноваційного розвитку знову не покращила свої позиції у міжнародних рейтингах. За даними Глобального індексу інновацій у 2019 році Україна опинилася на 47 місці серед 129 країн світу [7], а в індексі інноваційного розвитку за версією Bloomberg 2019 року, серед досліджуваних 60 країн, зайняла 53 місце, втративши 7 позицій [8]. Відповідно до нового звіту ВЕФ, де країни ранжують за індексом глобальної конкурентоспроможності у контексті четвертої промислової революції, Україна зайняла 85 місце серед 121 країн [9]. Не в останню чергу подальші кроки у реалізації інноваційної стратегії країни будуть залежати від розуміння змісту тих трансформацій, які відбуваються у світі. В Україні ці питання, як правило, розглядають на практичних форумах з питань бізнесу та інформаційних технологій, але реальні приклади, які з'являються у дійсності, потребують постійного моніторингу та науково-теоретичного осмислення.

Метою статті є аналіз реалізації стратегії розвитку провідних інноваційно-активних компаній з цифрової галузі у контексті парадигмальних зрушень, які відбуваються в економічній науці на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Огляд наукової літератури у галузі економіки та управління свідчить, що на сьогодні у світовому господарстві формується нова парадигма інноваційного розвитку. В її основу покладено «інформацію, досвід та знання, продукування та розповсюдження яких у вигляді інноваційного продукту є запорукою розвитку інформаційного суспільства» [10]. За цією парадигмою, «інноваційний потенціал виступає найважливішим економічним ресурсом і умовою розвитку будь-якої економічної системи і суспільства в цілому» [11].

Як зазначено у роботі [12], «парадигма інноваційного розвитку постіндустріального суспільства спирається на знання економіку, основний ресурс якої – необмежений. Це підриває уявлення про зміст економічної діяльності (вибір можливостей в умовах обмежених ресурсів) та механізми регуляторної діяльності держави (дотримання пропорцій і забезпечення стабільності, перерозподіл ресурсів і доходів). Але економіка, що базується на знаннях, виявляє свій потенціал і переваги лише за умови їх постійної генерації, що вимагає комплексного інституційного забезпечення та потужних мотиваційних механізмів, оптимального поєднання науково-технічної та соціально-економічної складових суспільного прогресу».

Нову парадигму інноваційного розвитку можна описати такими ключовими поняттями як відкриті інновації, інноваційна екосистема, інтеграція наукових знань, корпоративна соціальна відповідальність, споживчі інновації, інтеграція виробництва, науки та освіти тощо.

На сьогодні вже майже всі компанії будь-яких розмірів та сфер діяльності зацікавлені в інноваціях. Проте в останній час спостерігається ситуація, коли одні компанії вважають інноваціями такі нововведення, які кардинально змінюють традиційний спосіб виробництва, а інші під інновацією розуміють лише певні модифікації у продукті, наданні послуги, в управлінському підході і т.ін.

Світова практика свідчить, що провідні економічні суб'єкти здійснюють свою інноваційну діяльність через взаємодію з іншими учасниками, тобто є або засновниками, або учасниками інноваційних екосистем.

У соціально-економічних дисциплінах поняття «екосистема», як правило, розглядають у контексті створення інновацій різними учасниками з бізнес-середовища у взаємозв'язку між собою та з іншими зацікавленими науковими, освітніми, державними структурами тощо. Деякі дефініції та характеристики інноваційної екосистеми надано у табл. 1.

Таблиця 1.

Дефініції та характеристики інноваційної екосистеми у працях зарубіжних та вітчизняних вчених*

Автори	Праця	Рік	Дефініції та характеристики
M. Chessell	Innovation Ecosystems – an IBM Academy of Technology study.	2008	Екосистема – мережеве співтовариство, члени якого комбінують свої ресурси на взаємовигідних принципах заради спільного досягнення інноваційних результатів.
Wang P.	Advancing the Study of Innovation and Globalization in Organizations	2009	Інноваційна екосистема — сукупність інновацій, об'єднань (громад), виробників, розробників та взаємодія між ними.
Deborah J. Jackson	What is an Innovation Ecosystem?	2011	Інноваційна екосистема включає в себе дві різні, але значно розділені економіки – дослідницьку, яка обумовлена фундаментальними дослідженнями, та комерційну, яка обумовлена ринком.
Martha G. Russell, Kaisa Still, Jukka Huhtamäki, Camilla Yu, Neil Rubens	Transforming Innovation Ecosystems through Shared Vision and Network Orchestration	2011	Інноваційна екосистема – комплекс політичних, економічних, технологічних та екологічних систем, які беруть безпосередню участь у формуванні, підтримці та розвитку сприятливого для розвитку бізнесу середовища. Вимоги до чутливості до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі роблять співтворчість важливою силою в динамічній інноваційній екосистемі.
A. Bramwell et al.	Growing Innovation Ecosystems: University-Industry Knowledge Transfer and Regional Economic Development in Canada	2012	Інноваційна екосистема – це динамічна сукупність організацій та інститутів, мобільна сукупність їхніх багатовимірних внутрішніх зв'язків.
Федулова Л.І., Марченко О.С.	Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування	2015	Інноваційна екосистема – це сукупність організаційних, структурних і функціональних інституцій та їх відносин, задіяних у процесі створення та застосування наукових знань та технологій, що визначають правові, економічні, організаційні та соціальні умови інноваційного процесу та забезпечують розвиток інноваційної діяльності як на рівні підприємства, так і на рівні регіону і країни загалом за принципами самоорганізації.
Лановська Г.І.	Інноваційна екосистема: сутність та принципи	2017	Інноваційна екосистема – це синергія держави, підприємницького та дослідницького середовища з використанням організаційних, нормативних, навчально-методичних та фінансових ресурсів і запровадження механізму передачі знань з метою трансформації в інноваційні продукти.

*Складено на основі джерел [13 – 17]

Вітчизняні вчені-економісти Федулова Л.І. та Марченко О.С. наголошують, що феномен інноваційної екосистеми знаходиться в стадії пізнання й ідентифікації [14]. На думку дослідників [14, 17], передумовами становлення інноваційних екосистем слід вважати ту обставину, що у ХХІ столітті світ перейшов до нового, мережевого укладу, започаткованого на динамічних горизонтальних взаємодіях, а світова економіка й усі її підсистеми перетворюються у більш гнучкі кластерно-мережеві структури. Таке пояснення відповідає характеристикам парадигмальних зрушень в економічній науці, які мають прояв з початку століття.

На рис. 1 зображено процес модифікації інноваційної діяльності, яка базується на ієрархічній структурі, на новий екосистемний тип взаємодії учасників інноваційної діяльності.



Рис. 1. Модифікація інноваційної діяльності від ієрархічної до екосистемної моделі*
**Сформовано на основі матеріалів дослідження [18]*

Інноваційні екосистеми, по суті, є природним явищем для економіки знань, у структурі багатства якої домінує нематеріальна складова (ідеї, знання, інтелектуальні здібності, вміння їх застосовувати, довіра та здатність працювати разом заради загальних цілей і т.ін.); при цьому, становлення економіки знань відбувалося у межах індустріальної економіки, у структурі багатства якої домінував виробничий капітал [20].

Традиційно для досягнення економічних цілей компаніям достатньо було оволодіти методами та принципами ведення бізнесу на капіталістичних засадах, тобто шляхом концентрації виробництва й капіталу.

Сьогодні ж, у цифрову епоху, коли економіка набуває все більш нових рис (мережева, цифрова, інформаційна, знаннева і т.ін.), для ведення успішного бізнесу потрібно щось більше, ніж тільки наявність капіталу [18]. Згідно даних міжнародної статистики, у сучасних джерелах економічного зростання частка капіталу складає близько 35 %, робочої сили – 25 %, а 40 % – це технології, що засновані на інноваціях [19].

На основі матеріалів дослідження [18], виокремимо основні характеристики інноваційно-активних компаній та умов їх інноваційної діяльності на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства:

- «інформаційно-мережева взаємодія стає ключовим фактором інноваційного розвитку сучасних організацій»;

- «інформаційно-мережева форма розвитку матеріальних умов функціонування сучасних компаній висуває відповідні умови для перетворення їх у мережу створення інновацій»;

- «в умовах становлення інформаційного суспільства спостерігається зміна орієнтації діяльності компаній від споживача на створення інновацій разом зі споживачем»;

- «мережі компаній та спільноти споживачів, які взаємодіють між собою на партнерських засадах – це нова реальність бізнесу XXI століття. Саме в цьому середовищі компанії створюють інновації, які забезпечують їм на певний період часу конкурентні переваги»;

- «все більшу кількість інновацій розробляють у результаті співпраці між кількома компаніями у межах стратегічних партнерств та альянсів, де вони об'єднують і комбінують знання один одного, зберігаючи при цьому свою спеціалізацію»;

- «сучасні умови потребують «відкритих інновацій», коли компанія використовує як внутрішні, так і зовнішні джерела ідей, зокрема через співробітництво у сфері науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок (НДДКР)»;

- «залучення споживачів і партнерів до відкритого процесу створення інновацій дозволяє отримати ідеї, інформацію, знання, досвід, що все разом дозволяє сформулювати унікальні компетенції у спільному створенні цінності»;

- «інновації, як правило, виникають у культурі, яка цінує креативність і нові шляхи мислення»;

- «інновації на основі сучасних інформаційних та комунікаційних технологій забезпечують переваги як технологічним, так і нетехнологічним компаніям»;

– «компанії, що зорієнтовані на інновації та швидку адаптацію до змін, вбудовують експертні мережі у свою діяльність, експериментують з використанням нових технологічних сервісів, призначених підвищити якість їхньої функціональності»;

– «із підвищенням рівня інноваційної активності підприємства збільшується вплив непередбачуваних змін на результати його діяльності»;

– «технологічні інновації стають дедалі складнішими, що потребує від компаній додаткової опори, яку можуть надати партнери».

Отже, новий підхід до організації інноваційної діяльності компаній передбачає інформаційно-мережеву взаємодію, партнерство та прагнення співпрацювати для досягнення спільної мети. Такий тип відносин вже має прояв у цифровій галузі, де інноваційно-активні компанії реалізують свої стратегії на засадах партнерства.

Існують певні причини того, що у цифровій галузі компанії на сьогодні все більше пов'язані між собою через інноваційні екосистеми. Коротко їх пояснимо на прикладі посилення зв'язку між компаніями у сфері телекомунікацій та нових типів компаній, які з'являються по мірі розширення спектру цифрових технологій у світі.

На початку XXI століття склалася, на перший погляд, безпрецедентна ситуація, коли телекомунікаційні компанії, які, по суті, створили матеріальну основу для виникнення та розвитку цифрової галузі, надаючи послуги передачі голосу, відео і даних на відстань по всьому світу, почали відходити за лаштунки міжнародної цифрової бізнес-арени. Хоча, в дійсності, як влучно зазначено у роботі [20], оператори телекомунікацій є системоутворюючими підприємствами, на яких й тримається ІКТ-інфраструктура взагалі, зокрема на цій основі й формується так звана цифрова економіка.

Втім, в останній час на перші позиції міжнародних бізнес-рейтингів, окрім вже відомих ІТ-компаній (Apple, Microsoft, Intel та ін.), вийшли технологічні компанії, які здійснюють свою діяльність у цифровому просторі, надаючи послуги електронної комерції (Amazon, Alibaba та ін.), створюючи інтернет-платформи (Alphabet, Facebook та ін.), розроблюючи цифрові рішення (Salesforce, PayPal та ін.) та цифровий контент (Comcast, Thomson Reuters та ін.). Їх діяльність неможлива без телекомунікаційної інфраструктури, але при цьому оператори телекомунікацій мають значно нижчі показники ринкової капіталізації, вартості бренду, доходу і т.ін., ніж у нових цифрових компаній. Крім того, як було показано у попередній роботі [21], компанії, які є цифровими платформними бізнес-структурами, мають найбільший розрив між ринковою капіталізацією та активами, ніж компанії з телекомунікаційної сфери. Як правило, цифрові компанії є носіями капіталу, в якій більша частина є фіктивною, на відміну від телекомунікаційних компаній, для яких характерна висока фондомісткість і капіталоемність об'єктів інфраструктури.

Галузевий експерт Гольдштейн Б.С. [22], аналізуючи проблему сучасних операторів телекомунікацій, звертає увагу на те, що вони поступово перетворюються на «бітові труби», через які проходять потоки бітів даних за частки відсотка від вартості ОТТ-сервісів (коли послуга з пересилання цифрового контенту на пристрій користувача надається через інфокомунікаційну мережу, але немає прямого контакту з оператором мережі). А по мірі розвитку соціальних мереж та різноманітних сервісів з обміну контентом ця ситуація загострюється ще більше.

У результаті, представники телекомунікаційного бізнесу намагаються знайти нові джерела надходження доходів (як правило, через маркетинг) та шукають нові способи економії витрат, щоб витримати тиск нової хвилі змін у галузі зв'язку.

Але важливо розуміти, що вище окреслена проблема виходить за межі традиційної економічної проблеми будь-якого господарюючого суб'єкта. Насправді вона є фундаментальною, і є більш глибинною, ніж здається на перший погляд – відбуваються якісні перетворення у структурі самої галузі, змінюються роль та місце телекомунікаційних компаній, з'являються нові гравці, стираються межі між ринковими сегментами, а сама галузь немає чітких кордонів через інноваційні процеси, які ініціюють її учасники. Можна погодитися з автором роботи [22], що подібне із тим, що на сьогодні відбувається з операторами телекомунікацій, вже мало місце в інших галузях, як наприклад, у водопостачанні, електромережах і т.ін.

Отже, технологічні зміни, які відбуваються у реальності, не тільки трансформують саму галузь зв'язку, а й змінюють традиційне уявлення про взаємозв'язки та взаємодію всіх її учасників. По суті, у наш час формується нова парадигма розвитку не тільки компаній галузі зв'язку, а й взагалі відносин між економічними суб'єктами, які здійснюють свою діяльність на новій матеріальній основі.

Спостереження за діями економічних суб'єктів показують, що нова система відносин формується навколо створення даних та їх використання. Дані, які мають цінність, по суті, стають значущим ресурсом у діяльності сучасних компаній. Звідси – поява різноманітних шляхів для знаходження даних, їх генерування, збору, сортування, обробки, переробки, зберігання, захисту, передачі і т.ін. Для багатьох компаній управління даними стає ключовою сферою діяльності. В їх організаційних структурах з'являються нові підрозділи та посади, які забезпечують роботу бізнес-процесів на основі управління даними.

Слід додати, що нова парадигма розвитку відносин між економічними суб'єктами потребує окремих глибинних наукових досліджень й теоретичного осмислення, адже нові явища породжують не тільки нові можливості, а й несуть великі загрози, які треба детально та з усіх боків аналізувати. У цій роботі ми звернули увагу на ці перетворення лише з метою пояснення причин появи інноваційних екосистем у цифровій галузі. Адже саме навколо даних, у більшості випадків, вони сьогодні й формуються. Підтвердження цієї гіпотези знаходимо на практиці через призму вивчення досвіду провідних технологічних компаній.

Яскравим бізнес-прикладом компанії цифрової епохи є Amazon. Щороку ця технологічна компанія проникає у нові сфери діяльності, займаючи все більше ринкових ніш у цифровій галузі, яка постійно змінює свою структуру та кордони.

За відносно недовгий час компанія «Amazon», почавши шлях з роздрібною торгівлі книг через мережу інтернет, стала не тільки світовим лідером в електронній комерції, а й зайняла лідерські позиції у різних секторах цифрової галузі. Наразі цю компанію наводять у якості прикладу в літературі зі сучасного менеджменту та маркетингу, зокрема у кейсах, присвячених бізнес-стратегіям, створенню інноваційної культури серед співробітників, маркетингу відносин з клієнтами і т. ін.

Відмінністю компаній такого типу, які виникли у цифрову епоху, є те, що в їх моделі поведінки традиційні економічні показники вже не є основним орієнтиром, вони поступово відходять на другий план. Для компаній, які є платформними бізнес-структурами, ключовим стає вплив (impact factor). Наприклад, практикуючі експерти вважають, що компанія «Amazon» значно вплинула на розвиток ринку хмарних технологій. На сьогодні вона є світовим лідером у постачанні технологій IaaS та постійно пропонує нові хмарні рішення для тих, хто працює з великими даними. Своєю чергою, поява Amazon Web Services (AWS), сервісу з доставки дронами, смарт-динаміка та інші розробки компанії стали ключовими подіями у становленні та розвитку такого сектору цифрової галузі як інтернет речей. За офіційними даними компанії, понад 90% корпорацій з рейтингу Fortune 100 та переважна більшість з переліку Fortune 500 користуються послугами та сервісами Amazon на партнерських засадах.

Розширюючи свою діяльність у нові сектори цифрової галузі, Amazon має можливість комбінувати цифрові технології, оптимізувати бізнес-процеси на основі нових сервісів та створювати широкий спектр можливостей для знаходження рішень для різних потреб клієнтів.

Слід відмітити важливу роль партнерських відносин у процесі розширення спектру діяльності компанії та їх трансформації, які можна спостерігати в останні декілька років. Так, Amazon співпрацює зі своїм конкурентом Google, розміщуючи на платформах один одного свої відеопродукти. У низці професійних та комерційних питань, наприклад, пов'язаних з інвестуванням проектів зі створення нових підводних магістралей для збільшення пропускної спроможності каналів зв'язку чи у сфері технологій «штучного інтелекту» компанія також співпрацює з Microsoft, Google, Facebook, IBM та ін.

Як ОТТ-компанія, Amazon з одного боку, є конкурентом для операторів телекомунікацій, але з іншого, без телекомунікаційної інфраструктури вона не зможе функціонувати. Отже, її основними партнерами є також телекомунікаційні компанії. Оскільки, мережі операторів телекомунікацій містять безліч даних, які сучасний бізнес розглядає як значущий ресурс, то компанія «Amazon» у найближчій перспективі прагне проникнути й у сектор телекомунікацій. Про покупку віртуального оператора телекомунікацій у компаній «T-Mobile» та «Sprint» вже було повідомлено у 2019 році. Також світовий лідер в електронній комерції в останній час змінює свою роль й у сфері міжнародної логістики, перетворившись поступово з користувача послуг у провідного логістичного оператора.

Згідно нових маркетингових досліджень, проведених Brand Keys у 2019 році, Amazon на сьогодні вважають найбільш інноваційним технологічним брендом [23]. У низці рейтингів поточного року за версією провідних міжнародних видань компанія входить у топ-10, зокрема, за вартістю бренду займає 1-е та 4-те місце у версіях BrandZ та Forbes відповідно, 3-тє місце за рівнем лояльності від реальних та потенційних співробітників (за версією LinkedIn), є 6-ою компанією серед цифрових компаній світу у версії Forbes та 3-ю зі 100 найбільших компаній за ринковою капіталізацією за даними Statista (табл. 2).

Таблиця 2.
Позиції компанії «Amazon» у міжнародних рейтингах 2019 року*

№ п/п	BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brand 2019	The World's Most Valuable Brands by Forbes 2019	Top Companies 2019: Where the U.S. wants to work now by LinkedIn 2019	Top 100 Digital Companies by Forbes 2019	The 100 largest companies in the world by market value in 2019, Statista
1	Amazon	Apple	Alphabet /Google	Apple	Apple
2	Apple	Alphabet /Google	Facebook	Microsoft	Microsoft
3	Alphabet /Google	Microsoft	Amazon	Samsung	Amazon
4	Microsoft	Amazon	Salesforce	Alphabet/ Google	Alphabet/ Google
5	VISA	Facebook	Deloitte	AT&T	Berkshire Hathaway
6	Facebook	Coca-Cola	Uber	Amazon	Facebook
7	Alibaba	Samsung	Apple	Verizon Communications	Alibaba
8	Tencent	Disney	Airbnb	China Mobile	Tencent
9	McDonald's	Toyota	Oracle	Walt Disney	JPMorgan Chase
10	AT&T	McDonald's	Dell Technologies	Facebook	Johnson & Johnson

*Складено на основі даних BrandZ, Forbes, LinkedIn, Statista [24 –28]

Незважаючи на лідерські позиції Amazon у багатьох секторах цифрової галузі, вона, як і будь-яка інша компанія, не застрахована від невдач. На думку експертів з бізнесу, її вихід на ринок мобільних телефонів у 2014 році був дуже ризикованим: так, наприклад, за перший місяць було продано лише 35 тисяч Fire Phone, тоді як Apple на той час продавав таку ж кількість iPhone щогодини; користувачі скаржились на обмежений функціонал та низку проблем під час використання [29].

Втім, незважаючи на невдачі, експерименти з розширенням діяльності Amazon у сфері цифрових технологій, наразі продовжуються. Як ми вже зазначали, у фокусі її уваги, як й інших провідних технологічних компаній, знаходяться дані. Вони стають основою маркетингової та інноваційної діяльності, через які компанії далі продовжують здійснювати вплив на вектори розвитку не тільки окремих галузей, а й взагалі міжнародного бізнесу, трансформуючи світову економіку.

Згідно міжнародної статистики, на сьогодні найбільша частина витрат на НДДКР провідних інноваційно-активних компаній приходиться на обчислювальну техніку та електроніку. Незважаючи на те, що компанію «Amazon» звичайно відносять до категорії «retailing» (роздрібна торгівля), вона в останні роки обійшла за показником витрат на НДДКР [30] (майже 23 млрд дол.) такі найбільші технологічні компанії як «Alphabet/Google» (16,2 млрд дол.), «Samsung» (15,3 млрд дол.), «Microsoft» (12,3 млрд дол.), «Intel» (13,1 млрд дол.), «Apple» (11,6 млрд дол.) та ін., що свідчить про цифровий напрямок її стратегії інноваційного розвитку.

Разом з тим, без взаємодії з іншими компаніями з цифрової галузі, компанія «Amazon» не може реалізувати свою стратегію, тому вона працює за принципом відкритих інновацій в екосистемі, до якої входять не тільки компанії-партнери, а й клієнти [31].

Оскільки зміни у цифровій галузі відбуваються дуже стрімко, а складність завдань постійно зростає, самотужки здійснювати «інноваційні прориви», тим паче за короткий строк, стає неможливим. Тому технологічні компанії застосовують стратегію «Co-innovation», разом створюючи інновації, об'єднуючись в інноваційні екосистеми, у межах яких відбувається обмін ідеями, знаннями й досвідом, а також створюються цінності разом з партнерами та клієнтами на спільних майданчиках, як під час інформаційно-мережевої взаємодії, так й через прямі контакти співробітників у режимах онлайн та офлайн.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений аналіз реалізації стратегії розвитку провідних інноваційно-активних компаній з цифрової галузі через призму досвіду Amazon свідчить про посилення інформаційно-мережевої взаємодії та партнерських відносин не тільки між учасниками світової бізнес-спільноти, а й між компаніями та їх клієнтами, які разом створюють та освоюють інновації. Через обмежений обсяг статті немає можливості показати всі результати проведеного дослідження практичного досвіду інших компаній, які також активно реалізують стратегію «Co-innovation», створюючи свої інноваційні екосистеми (наприклад, ми аналізували також поведінку корпорації «Microsoft», «Huawei» та ін.). Але, узагальнивши результати спостережень за їх діями в останнє десятиліття, можемо перекоонатися, що всі провідні компанії у сфері ІКТ, трансформували свої бізнес-моделі таким чином, що створення інновації відбувається через відкриті форми взаємодії з партнерами, які є носіями тих чи інших унікальних компетенцій. У цілому, ці явища й обумовлюють парадигмальні зрушення, які відбуваються в економічній науці на сучасному (цифровому) етапі розвитку інформаційного суспільства.

З'ясувавши сутність глобальних перетворень у міжнародній бізнес-практиці під час реалізації стратегії «Co-innovation», важливо далі у дослідженнях вийти не тільки на основні вектори спільної праці учасників цифрової галузі чи інших сфер діяльності, бачити їх перспективи й можливості, але необхідно також заглибитись у наслідки цих дій, розгледіти загрози, які криються за окремими спільними проектами цифрових компаній (наприклад, загрози особистій, національній, державній безпеці та ін.). Особливо ці питання стосуються інновацій у сфері управління даними на основі новітніх цифрових технологій та їх застосування провідними компаніями у бізнес-інтересах. Отже, існує необхідність вивчення питання, чи завжди стратегія «Co-innovation» сучасних компаній приносить благо суспільству.

Список літератури.

1. Стиглиц Дж. Информация и смена парадигмы в экономической науке. Нобелевская лекция 8 декабря 2001 г. / Дж. Стиглиц // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков: в 5-х т. – М.: Мысль, 2005. – Т. 5: в 2 кн. – Кн. 2. – С. 535–629.
2. Гриценко А.А. Інституціональна політична економія як виразник парадигмальних зрушень в економічній теорії / А.А. Гриценко // Парадигмальні зрушення в економічній теорії ХХІ ст.: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2012. – С. 23 – 26.
3. Думная Н.Н. Информационная экономика: усиление экономических рисков / Н.Н. Думная // Экономика. Налоги. Право. – 2013. – № 4. – С. 13 – 19.
4. Маслов А.О. Теорія інформаційної економіки як альтернативна парадигма сучасній ортодоксії / А.О. Маслов // Парадигмальні зрушення в економічній теорії ХХІ ст.: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2012. – С. 115 – 119.
5. Парадигма інноваційного розвитку в умовах ринкової трансформації: монографія / авт. кол.: Е.М. Забарна, О.М. Козакова, В.А. Чередниченко [та ін.]; за заг. ред. Е.М. Забарної. – Херсон : Олді-плюс, 2019. – 92 с.
6. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovaciinogo-rozvtuku-ukrainy/>.

7. Global Innovation Index 2019: Ukraine ranks 47th among the 129 economies featured in the GII 2019 [Electronic Resource]. – Mode of access: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf.
8. Ukraine hit the 53rd place in the Bloomberg innovation rating, having gone down by 7 positions over a year [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://ain.ua/en/2019/01/23/ukraine-innovation-rating/>.
9. The Global Competitiveness Report 2019 [Electronic Resource]. – Mode of access: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf.
10. Чикаренко І.А. Інноваційний розвиток територіальних громад як основа становлення економіки знань та інформаційного суспільства / І.А. Чикаренко // Державне управління: теорія та практика. – 2016. – № 2. – С. 73–83.
11. Лохман Н.В. Когерентність статичного аспекту інноваційного потенціалу / Н.В. Лохман // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2018. – Вип. 31. – С. 101–105.
12. Горін Н.О. Соціально-технологічна парадигма підприємництва / Н.О. Горін // Український соціум. – 2015. – №3 (54) – С. 86–95.
13. Лановська Г.І. Інноваційна екосистема: сутність та принципи / Г.І. Лановська // Економіка і суспільство. – 2017. – №11. – С. 257–262.
14. Федулова Л.І. Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування / Л.І. Федулова, О.С. Марченко // Економічна теорія та право. – 2015. – №2(21). – С. 21–33.
15. Russell M. G. Transforming Innovation Ecosystems through Shared Vision and Network Orchestration [Electronic Resource] / M.G. Russell, K. Still, J. Huhtamäki, C. Yu, N. Rubens. – Mode of access: https://www.leydesdorff.net/th9/3NWAIFYZH9_Russell.pdf
16. Jackson D. J. What is an Innovation Ecosystem? [Electronic Resource] / Deborah J. Jackson. – Mode of access: http://erc-assoc.org/sites/default/files/download-files/DJackson_What-is-an-Innovation-Ecosystem.pdf.
17. Смородинская Н. В. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста / Н. В. Смородинская // Инновации. – 2014. – №7. – С. 27–33.
18. Кораблінова І. А. Компетенції компаній у цифрову епоху: content & context: монографія / І. А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2018. – 340 с.
19. Кохно П. Модели финансирования инновационных проектов / П. Кохно // Проблемы теории и практики управления. – 2014. – № 1. – С. 87–94.
20. Прохоров А. Цифровая трансформация. Анализ, тренды, мировой опыт / А. Прохоров, Л. Коник. – М.: ООО «АльянсПринт», 2019. – 368 с.
21. Кораблінова І.А. Роль телекомунікаційних компаній у розвитку платформних бізнес-структур / І.А. Кораблінова // Ефективна економіка. – № 9. – 2019. – DOI: 10.32702/2307-2105-2019.9.41.
22. Гольдштейн Б.С. Инфокоммуникационные сети и системы / Б.С. Гольдштейн. – СПб.: БХВ-Петербург, 2019. – 208 с.
23. Most Innovative Tech Brands of 2019: Amazon, CVS and Slack top list [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://www.netimperative.com/2019/07/most-innovative-tech-brands-of-2019-amazon-cvs-and-slack-top-list/>.
24. BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brand [Electronic Resource]. – Mode of access: https://www.brandz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2019_WPP.pdf
25. Top Companies 2019: Where the U.S. wants to work now [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://www.linkedin.com/pulse/top-companies-2019-where-us-wants-work-now-daniel-roth/>
26. The World's Most Valuable Brands [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/>
27. Top 100 Digital Companies [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://www.forbes.com/top-digital-companies/list/#tab:rank>
28. The 100 largest companies in the world by market value in 2019 [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/263264/top-companies-in-the-world-by-market-value/>
29. Иглмен Д. Креативный вид: Как стремление к творчеству меняет мир / Д. Иглмен, Э. Брандт. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 288 с.
30. The 2018 Global Innovation 1000 study [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://www.strategyand.pwc.com/gx/en/insights/innovation1000.html>.
31. Fransman M. Models of Innovation in Global ICT Firms: The Emerging Global Innovation Ecosystems [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc90726.pdf>.

References.

1. Stiglitz, Dzh. (2005), “Information and a paradigm shift in economic science. Nobel Lecture, December 8, 2001”, *Mirovaja jekonomicheskaja mysl'. Skvoz' prizmu vekov [World economic thought. Through the prism of centuries]*, Mysl, Moscow, Russia, pp. 535-629.
2. Hrytsenko, A.A. (2012), “Institutional political economy as an expression of paradigm shifts in economic theory”, *Paradyhmal'ni zrushennia v ekonomichnij teorii KhKhI st.: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference “Paradigm shifts in economic theory of XIX century”]*, KNU named by T. Shevchenko, Kyiv, Ukraine, pp. 23-26.
3. Dumna, N.N. (2013), “Information economy: increased economic risks”, *Economics, Taxes & Law*, vol. 4, pp. 13-19.
4. Maslov, A.O. (2012), “Information economics theory as an alternative Paradigm of modern orthodoxy”, *Paradyhmal'ni zrushennia v ekonomichnij teorii KhKhI st.: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*

[Conference Proceedings of the International Economic Conference "Paradigm shifts in economic theory of XIX century"], KNU named by T. Shevchenko, Kyiv, Ukraine, pp. 115-119.

5. Zabarna, E. M. (2019), Paradyhma innovatsijnoho rozvytku v umovakh rynkovoï transformatsii [*The paradigm of innovative development in the conditions of market transformation*], OLDI-PLYuS, Kherson, Ukraine.

6. Cabinet of Ministers of Ukraine (2018), "Strategy of innovative development of Ukraine for the period till 2030", available at: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovaciinogo-rozvitku-ukrainy/> (Accessed 10 December 2019).

7. WIPO (2019), "Global Innovation Index 2019: Ukraine ranks 47th among the 129 economies featured in the GII 2019", available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf (Accessed 10 December 2019).

8. AIN (2019), "Ukraine hit the 53rd place in the Bloomberg innovation rating, having gone down by 7 positions over a year", available at: <https://ain.ua/en/2019/01/23/ukraine-innovation-rating/> (Accessed 10 December 2019).

9. WEF (2019), "The Global Competitiveness Report 2019", available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (Accessed 10 December 2019).

10. Chykarenko, I. A. (2016), "Innovative development as the basis for knowledge economy and informative society becoming", *Public Administration: Theory and Practice*, vol. 2, pp.73-83.

11. Lokhman, N. V. (2018), "Coherence of the static aspect of innovative potential", *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series «Economic Sciences»*, vol. 31, pp.101-105.

12. Gorin, N. O. (2015), "Socio-technological paradigm of entrepreneurship", *Ukrainian Society*, vol. 3 (54), pp. 86-95.

13. Lanovska, H.I. (2017), "Innovative ecosystem: essence and principles", *Economy and Society*, vol. 11, pp. 257-262.

14. Fedulova, L. I. and Marchenko, O.S. (2015), "Innovative ecosystems: the sense and methodological frameworks of formation", *Economic Theory and Law*, vol. 2, no. 21, pp. 21-33.

15. Russell, M. G. (2011), "Transforming Innovation Ecosystems through Shared Vision and Network Orchestration", available at: https://www.leydesdorff.net/th9/3NWFYZZH9_Russell.pdf (Accessed 25 November 2019).

16. Jackson, D. J. (2011), "What is an Innovation Ecosystem?", available at: http://erc-assoc.org/sites/default/files/download-files/DJackson_What-is-an-Innovation-Ecosystem.pdf (Accessed 25 November 2019).

17. Smorodinskaja, N. V. (2014) "Network innovation ecosystems and their role in the dynamization of economic growth", *Innovations*, vol. 7, pp. 27-33.

18. Korablinova, I. A. (2018), Kompetentsii kompanij u tsyfrovu epokhu: content & context [*Competencies of companies in the digital age: content & context*], Kafedra, Kyiv, Ukraine.

19. Kohno, P. (2014), "Models of financing innovative projects", *International journal of management theory and practice*, vol.1, pp. 87-94.

20. Prokhorov, A. and Konyk, L. (2019), Cifrovaja transformacija. Analiz, trendy, mirovoj opyt [*Digital transformation. Analysis, trends, world experience*], Al'iansPrynt, Moscow, Russia.

21. Korablinova, I. A. (2019), "The role of telecommunication companies in development of the platform business structures", *Efektivna ekonomika*, vol. 9, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7265> (Accessed 25 November 2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.9.41.

22. Goldstein, B. S. (2019), Infokommunikacionnye seti i sistemy [*Infocommunication networks and systems*], BHV-Peterburg, St. Petersburg, Russia.

23. Netimperative (2019), "Most Innovative Tech Brands of 2019: Amazon, CVS and Slack top list", available at: <http://www.netimperative.com/2019/07/most-innovative-tech-brands-of-2019-amazon-cvs-and-slack-top-list/> (Accessed 10 December 2019).

24. BrandZ (2019), "Top 100 Most Valuable Global Brand", available at: https://www.brandz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2019_WPP.pdf (Accessed 10 December 2019).

25. LinkedIn (2019), "Top Companies 2019: Where the U.S. wants to work now", available at: <https://www.linkedin.com/pulse/top-companies-2019-where-us-wants-work-now-daniel-roth/> (Accessed 10 December 2019).

26. Forbes (2019), "The World's Most Valuable Brands", available at: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/> (Accessed 10 December 2019).

27. Forbes (2019), "Top 100 Digital Companies", available at: <https://www.forbes.com/top-digital-companies/list/#tab:rank> (Accessed 10 December 2019).

28. Statista (2019), "The 100 largest companies in the world by market value in 2019", available at: <https://www.statista.com/statistics/263264/top-companies-in-the-world-by-market-value/> (Accessed 10 December 2019).

29. Eagleman, D. and Brandt, A. (2018), Kreativnyj vid: Kak stremlenie k tvorchestvu menjaet mir [*The Runaway Species. How Human Creativity Remakes the World*], Publisher: Mann, Ivanov and Ferber, Moscow, Russia.

30. PwC (2018), "The 2018 Global Innovation 1000 study", available at: <https://www.strategyand.pwc.com/gx/en/insights/innovation1000.html> (Accessed 7 December 2019).

31. Fransman, M. (2014), "Models of Innovation in Global ICT Firms: The Emerging Global Innovation Ecosystems", available at: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc90726.pdf> (Accessed 7 December 2019).