

ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКІВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Таранич Оксана Вікторівна

кандидат економічних наук,

*доцент кафедри менеджменту та поведінкової економіки,
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

Матвійчук Всеслав Васильович

здобувач ступеня доктора філософії,

Донецький національний університет імені Василя Стуса

У сучасних умовах ринки зазнають суттєвих змін під впливом цифровізації, глобалізації та розвитку інформаційних технологій, що трансформує механізми їх функціонування та взаємодію учасників. Класичні уявлення більше не відображають динаміку нової економіки, що потребує переосмислення теоретичних підходів. Питання трансформації ринків досліджували Й. Шумпетер, Д. Норт, О. Вільямсон, які наголошували на ролі інновацій та інститутів у зміні економічних систем. Сучасні підходи базуються на концепціях відкритих інновацій, екосистемного розвитку та мережевої взаємодії. Вітчизняні науковці О. Панасюк, І. Козицька, О. Лазнева, І. Швиданенко, І. Зубченко, І. Левковець акцентують увагу на впливі цифровізації та руйнуванні класичних моделей. Узагальнення цих підходів формує підґрунтя для глибшого розуміння ринкових трансформацій і створює теоретичне підґрунтя для подальших досліджень.

У сучасних умовах ринкова система зазнає глибоких змін, що зумовлено впливом цифрових технологій, глобалізаційних процесів і зростанням значущості даних як ресурсу. Поступово змінюється саме бачення ринку: від класичної моделі взаємодії продавця і покупця до динамічних цифрових екосистем. Зростає роль відкритих інновацій, мережевої взаємодії, алгоритмічних механізмів координації та саморегулювання. Сьогодні відбувається перехід до цифрової ери, проте механізм переходу використовує паттерни, що вже були описані науковцями на початку XX сторіччя, і зберігають свою актуальність в теперішній час.

Модель «Креативного руйнування» Й. Шумпетера. У своїй роботі «Теорія економічного розвитку» 1912 р. він уперше визначив інновацію як «нову комбінацію», що означає іншу якість засобів виробництва та досягається не шляхом дрібних поліпшень старого устаткування чи наявної організаційної схеми, а через введення нових засобів виробництва та систем його організації [1, с. 327]. Для пояснення механізму

підприємницьких циклів австрійський науковець використовує поняття «інновація», визначаючи його як «нову функцію виробництва – утворююче руйнування» і пропонує диференціацію за об'єктами втілення. Й. Шумпетер у своїй теорії виділяє 5 основних типів інновації [2, с. 47–48]: продуктові, технологічні (процесні), збутові, сировинні, організаційні.

На думку науковця, великий технічний поштовх, як снігова куля, що котиться з гори, супроводжується супутніми змінами, що приводить до загального та довгострокового економічного піднесення. Однак супутні йому масові інвестиції, що обумовлюють зростання масового виробництва, разом із тим, є фактором, що сповільнює нововведення, яке послаблює, а потім і зводить до нуля ефект від інновацій. Тоді настає рецесія, і тільки нові великі нововведення стають імпульсом до наступного промислового піднесення [3, с. 328]. Прихильники теорії Й. Шумпетера вдосконали його ідею, вивівши нову теорію «хвиль інновацій», вона містить більше статистичних даних, оскільки з'явилась значно пізніше і дозволяє проаналізувати більше наукових винаходів та підприємницьких кейсів.

Особливість інституційної теорії полягає у тому, що інституції в процесі своєї діяльності створюють поштовх для подальшого розвитку, і як наслідок – підвищення рівня комфорту соціуму, починаючи із реакції на подразник і закінчуючи законодавчою нормою. Інституції, як і інститути, в реальних суспільних умовах набувають конкретних форм. Зокрема, О. Вільямсон говорить, що «фірми, ринки та взаємні угоди є важливими економічними інституціями» [5, с. 15]. Якщо ж говорити про інститути, то ними є корпорація, держава, профспілки, а також правові, психологічні та морально-етичні аспекти (звичай, навички, інстинкти та ін.) [6, с. 657]. Проте Д. Норт наполягає і доводить, що між інститутами та організаціями існує відмінність. Організації охоплюють політичні органи, економічні органи, суспільні органи. Вони складаються з групи індивідів, пов'язаних між собою спільним прагненням досягти певних цілей. Формування організацій зводиться до аналізу управлінських структур, фахової майстерності і того, як навчання на практиці визначатиме успіхи організації упродовж часу. Те, як організації виникають і розвиваються, в основному визначається інституційною основою. У свою чергу, вони впливають на її еволюцію» [7, с. 13]. У розрізі зазначеного впливає, що «економічними інститутами» є приватна власність, гроші, конкуренція, торгівля, прибуток тощо. Ставши такими, вони організовують і регулюють поведінку людей. Відтак економічні процеси набувають психологічного забарвлення, а всім інститутам притаманні риси колективної психології [8, с. 455].

Екосистемний підхід або управління бізнес-екосистемами (далі – БЕС). Найчастіше БЕС визначають як динамічну групу переважно

незалежних економічних гравців, які створюють продукти чи послуги, що разом складають узгоджене рішення. Зв'язок між цифровізацією та стрімким поширенням БЕС у науковій літературі дослідники визначають схожим чином. В. Атлурі, М. Дітц чинниками розвитку БЕС вважають цифровізацію та еволюцію споживчої поведінки й очікувань: завдяки технологіям збирання/оброблення даних компанії передбачають і пропонують споживачам гіперрелевантні товари, а міжгалузеві бар'єри руйнуються завдяки AI, Big Data, онлайн-ринкам, хмарним сервісам. Дослідження PwC Global Advisory виявило: компанії, що входять до 20% найкращих за рівнем прибутку і темпами зростання доходу, мають чіткі екосистемні стратегії. Більше половини організацій зі списку S&P "Global 100" задіяні в одній або кількох БЕС. Принциповим критерієм доцільності використання БЕС є неможливість розкладання багатосторонньої взаємодії учасників на двосторонні відносини «покупець-продавець» [9].

Незважаючи на існування терміну «дизруптивні технології», К. Крістенсен запроваджує поняття «дизруптивні інновації», які є головним каталізатором змін споживчих цінностей на ринку, що створюються переважно «новачками» ринку або невеликими підприємствами з незначним капіталом, що орієнтовані на вузький малоприбутковий сегмент, нецікавий лідерам ринку. Створена ними інноваційно нова продукція поступово набуває якісних характеристик, що зацікавлює все більш широкі клієнтські сегменти, чим забезпечує їх поступове пересування у верхній ешелон ринку. Водночас, лідери ринку зацікавлені в збереженні усталено високого рівня прибутку, фокусують свою увагу на підвищенні якості продукції та послуг для своїх найвибагливіших клієнтів шляхом впровадження підтримуючих інновацій. В момент переходу до масового споживання інноваційно нової продукції відбувається дизруптив існуючого ринку, а підприємства, що спричинили цей процес, автор називає «руйнівниками (disruptors)».

Інноваційні моделі трансформації ринків у цифрову епоху формуються під впливом цифровізації, глобалізації та технологічного розвитку. Такі ринки відзначаються гнучкістю, динамічністю та орієнтацією на створення цінності через інновації, дані й мережеву взаємодію. Теоретичне підґрунтя інноваційних трансформацій закладене в ідеях Й. Шумпетера про креативне руйнування, доповнюється інституційною теорією Д. Норта та О. Вільямсона, і концепцією дизруптивних інновацій К. Крістенсена. Сучасна економіка активно використовує екосистемний підхід, за яким ринки перестають бути стабільними структурами і стають динамічним середовищем, в яких інноваційність, здатність до колаборації та ефективне використання цифрових рішень визначають успішність бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Міждисциплінарний словник з менеджменту : навч. посіб. / [за ред. Д. М. Черваньова, О. І. Жилінської]. К. : Нічлава, 2011. 624 с.
2. Управління інноваціями в сучасній організації / під ред. В.А. Євтушевського. К.: Нічлава, 2006. 359 с.
3. Думанська І.Ю. Сутність, критерії та наукові підходи до трактування категоріального апарату теорії інновацій в АПК. Економіка та суспільство. 2017. Вип. 13. С. 191–197. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/32.pdf (дата звернення: 04.04.2025)
4. Вільямсон О. Економічні інституції капіталізму: Фірми, маркетинг, укладання контрактів. К.: Вид-во «АртЕк», 2001. 472 с.
5. Економічна енциклопедія: У 3 т. Т. 1 / Редкол. С.В. Мочерний та ін. К.: Видавничий центр «Академія», 2000. 864 с.
6. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Пер. з англ. І. Дзюб. К.: Основи, 2000. 198 с.
7. Історія економічних учень: Підручник / За ред. Л.Я. Корнійчук, Н.О. Татаренко. К.: КНЕУ, 1999. 564 с.
8. Левковець О. М. Екосистемна стратегія бізнесу: реалії конкуренції цифрової доби. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 63. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4193/4122> (дата звернення: 04.04.2025)
9. Швиданенко Г. О., Бесараб С. О. Дизруптивні інновації: сутність і наслідки впровадження. *Проблеми економіки*. 2018. №4. С. 162–168.