

Реферат статті Чухрай Н. І. "Формування екосистеми інновації"

У статті ідентифіковано сучасні зміни, до яких схильні конкуренція і партнерство на ринку інновацій. Аргументовано суперечливу природу взаємодії учасників інноваційного процесу у вигляді конкуренції і співробітництва у конкурентному середовищі. сучасний ринок становить складну систему із комплексними взаємозв'язками між компаніями і покупцями, постачальниками, конкурентами, дистрибуторами, які здійснюють вплив на бізнес-осіб і груп, а також партнерів, які отримують вигоду одне від одного.

Автор використовує поняття "екосистема інновацій", під якою розуміє такі форми співпраці, у рамках яких організація об'єднують свої індивідуальні пропозиції у інтегровані рішення, що готові до використання споживачем на ринку. В екосистемі покупців ринкова діяльність (інвестиції, спільне розроблення товарів, ринкова комунікація, логістика і трансакція) здійснюється і контролюється не стільки постачальниками, як споживачами.

Для розробки та освоєння інновації формується екосистема інновації. В ній залучені різні учасники, які, зазвичай, є частиною галузевого ланцюга поставок, що об'єднує всі стадії виробництва, починаючи від придбання сировини, його переробка, збирання і закінчуючи збутом кінцевому покупцю. У межах екосистеми підприємства при вирішенні різних завдань можуть одночасно і конкурувати, і кооперуватись, і це явище у зарубіжній літературі отримало назву "кооперація". Автором систематизовано приклади застосування провідними зарубіжними підприємствами стратегії кооперації, зокрема у сфері автомобілебудування та фармації.

При функціонуванні екосистеми постає питання про синхронізацію зусиль її основних учасників, які беруть участь у процесі створення і впровадження інновацій на ринку. У статті обґрунтовано важливість розв'язання питання координації зусиль усіх учасників екосистеми, а також яка, зокрема, організація повинна взяти на себе роль координатора. Питання формування екосистеми інновації було досліджено на прикладі компанії Apple. Цій компанії не тільки вдалося створити нові електронні вироби, а й шляхом установлення стандартів якості на ринку комп'ютерної індустрії сформувати екосистему – ринки нових продуктів, таких, як iPod, iPhone і iPad. Конкретний приклад з досвіду компанії Apple дозволив автору виявити основні "стовпи" успішної інноваційної діяльності компанії-лідера і представити їх у графічному вигляді.