

Теплюк Марія А.,

к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
Проспект Перемоги 54/1, Київ, Україна
email: maria_6.11@kneu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0001-6823-336X

Коваль Анастасія Ю.,

к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
Проспект Перемоги 54/1, Київ, Україна
email: a.rykunich@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-3212-6789

Зубко Єлизавета В.,

фетау, 076 підприємництво, 5 курс,
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
Проспект Перемоги 54/1, Київ, Україна
email: elizavetazubko24@gmail.com

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМИ

Tepliuk Mariia

Ph.D., Associate Professor department of Business Economics and Entrepreneurship
KNEU named after Vadym Hetman
Peremohy avenue 54/1, Kyiv, Ukraine
email: maria_6.11@kneu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0001-6823-336X

Koval Anastasiia

Ph.D., Associate Professor department of Business Economics and Entrepreneurship
KNEU named after Vadym Hetman
Peremohy avenue 54/1, Kyiv, Ukraine
email: a.rykunich@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-3212-6789

Zubko Yelyzaveta

student, KNEU named after Vadym Hetman
Peremohy avenue 54/1, Kyiv, Ukraine
email: elizavetazubko24@gmail.com

MODERN APPROACHES TO THE FORMATION OF INNOVATIVE BUSINESS ECOSYSTEM

Анотація. Обрана тема є досить актуальною, адже перспектива бізнес-екосистем може також дати уявлення про нові емпіричні проблеми, пов'язані з вивченням сильних сторін і цінностей екосистем та організацій, що підтримують її розвиток, і ролі суб'єктів третього рівня, що доповнюють екосистему. Конструкція ідентичності бізнес-екосистеми може слу-

жити вирішенням динамічного характеру її кордонів, дозволяючи точніше сприймати всю екосистему. Стаття має на меті дати визначення екосистем бізнесу та виділити їх особливості. Незважаючи на те, що було проведено багато досліджень щодо екосистем бізнесу, є ще багато важливих питань, які необхідно вирішити: серед них — визначення бізнес екосистем і їх особливостей. Основним матеріалом дослідження стали роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячених осмисленню метафори «екосистема бізнесу». Оскільки в основі цієї метафори лежить зіставлення з біологічними екосистемами, використовувався метод міжгалузевих аналогій. З метою визначення терміну «екосистема бізнесу» застосовано семантичний аналіз наукових досліджень. Досліджено основні підходи до визначення поняття «бізнес-екосистема» та зазначено, що бізнес-екосистема є взаємозалежною структурою, що складається з центральної організації (фірми, бізнес-одиниці або структурного підрозділу) і її оточення, зв'язків між ними і створюваного синергетичного ефекту. Досліджено концептуальну модель бізнес-екосистеми, що складається з чотирьох різних шарів, а саме: лідерів, контриб'юторів, користувачів і навколишнього середовища. На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок, що в даний час формування власної бізнес-екосистеми всередині організації може розглядатися в якості окремого етапу її життєвого циклу. Такий підхід дозволить управлінській ланці якісно підійти до планування цього процесу і на виході уникнути етапу «згасання» на роки вперед. Концептуальна модель відкриває шлях до вивчення кожного з компонентів бізнес-екосистеми і, врешті-решт, впровадження всебічної теоретичної бази, яка може розширити можливості застосування бізнес-екосистем.

Ключові слова: екосистема, бізнес-екосистема, підтримка бізнесу, екосистема підтримки бізнесу.

Abstract. The chosen topic is quite relevant, because the perspective of business ecosystems can also give an idea of new empirical issues related to the study of strengths and values of ecosystems and organizations that support its development, and the role of third-level actors that complement the ecosystem. The construction of the identity of the business ecosystem can serve as a solution to the dynamic nature of its boundaries, allowing a more accurate perception of the entire ecosystem. The article aims to define business ecosystems and highlight their features. Although much research has been done on business ecosystems, there are still many important issues that need to be addressed: among them is the definition of business ecosystems and their features. The main material of the study was the work of domestic and foreign scientists dedicated to understanding the metaphor of «business ecosystem». Because this metaphor is based on comparisons with biological ecosystems, the method of intersectoral analogies was used. In order to define the term «business ecosystem», semantic analysis of scientific research was used. The main approaches to the definition of «business ecosystem» are studied and it is noted that the business ecosystem is an interdependent structure consisting of a central organization (firm, business unit or structural unit) and its environment, the links between them and the created synergistic effect. The conceptual model of the business ecosystem, which consists of four different layers, namely: leaders, contributors, users and the environment, is studied. Based on the analysis, we can conclude that currently the formation of its own business ecosystem within the organization can be considered as a separate stage of its life cycle. This approach will allow the management to take a qualitative approach to planning this process and avoid the stage of «fading» for years to come. The conceptual model opens the way to the study of each of the components of the business ecosystem and, finally, the introduction of a comprehensive theoretical framework that can expand the application of business ecosystems.

Key words: ecosystem, business ecosystem, business support, business support ecosystem.

JEL Classification: M20

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Екосистеми бізнесу вперше стали

помітними у високотехнологічних та інформаційно-інтенсивних галузях, і з тих пір вони поширилися на інші сфери. Перспективу бізнес-екосистем можна розглядати як перспективну сферу для різних видів досліджень, оскільки вона пропонує потенціал для вивчення багаторівневої взаємодії між учасниками екосистемами, а також для аналізу проблем дослідження, які є важливими з точки зору менеджерів, які працюють у таких мережах. Перспектива бізнес-екосистем може також дати уявлення про нові емпіричні проблеми, пов'язані з вивченням сильних сторін і цінностей екосистем та організацій, що підтримують її розвиток, та ролі суб'єктів третього рівня, що доповнюють екосистему. Основна проблема тут полягає в тому, що межі екосистем важко окреслити, оскільки системи є динамічними, постійно розвиваються і суб'єктивно розмежовуються зовнішніми стейкхолдерами, які самі досить часто є частиною досліджуваної екосистеми (деякі з них можна навіть вважати учасниками кількох взаємопов'язаних екосистем паралельно).

Виходячи зі сказаного, конструкція ідентичності бізнес-екосистеми може служити вирішенням динамічного характеру її кордонів, дозволяючи точніше сприймати всю екосистему. Найскладнішим завданням тут є не визначення бізнес-екосистеми, а опис її як відчутного та реального об'єкта, придатного для наукового спостереження та аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ідеї розгляду підприємництва як взаємозв'язаної екосистеми та аспектів дослідження щодо причин і наслідків взаємодії бізнесу можна знайти в роботах багатьох вітчизняних учених. Так, О.М. Сазонець у статті «Теоретичні основи здійснення корпоративного підприємництва на основі використання екосистем» [1] проводить дослідження ключових моментів здійснення екосистемного корпоративного підприємництва. Н.П. Миськовець у статті «Шляхи удосконалення механізму регулювання екосистемного корпоративного підприємництва» [2] проводить систематизацію напрямів удосконалення інституційного механізму регулювання екосистемного корпоративного підприємництва в Україні. Цей же автор у статті «Фінансові важелі впливу на розвиток екосистемних підприємств» [3] проводить порівняльний аналіз важливих складових фінансового механізму, що визначають пріоритетність у діяльності підприємств. А.А. Глушенкова в статті «Особливості розвитку екосистеми діяльності нових підприємств сфери телекомунікацій та інформатизації як середовища інноваційної діяльності в Україні» [4] розкриває суть поняття екосистеми ІТ-стартапу як середовища інноваційної діяльності підприємств сфери телекомунікацій та інформатизації. І.В. Литвин у статті «Екосистема стартап-підприємництва в Україні: історія створення та сучасність» [5] досліджує історію становлення та розвитку вітчизняної інноваційної інфраструктури в частині створення екосистеми стартапів. Л.В. Пашук у статті «Механізми державного регулювання інституційного розвитку підприємницьких екосистем» [6] розробив рекомендації щодо механізмів державного регулювання інституціонального розвитку підприємницьких екосистем у нинішніх умовах. Зазначені фахівці зробили вагомий внесок у розробки теоретичних питань екосистем бізнесу.

Методика дослідження. При здійсненні дослідження, зважаючи на поставлені завдання, застосовувались загальнонаукові та специфічні методи дослідження: наукова абстракція — при систематизації теоретичних основ функціо-

нування екосистем бізнесу, системно-структурний аналіз — при визначенні особливостей функціонування екосистем бізнесу; логічне узагальнення — при дослідженні проблем і перспектив розвитку бізнес-екосистем в Україні. Основним матеріалом дослідження стали роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячених осмисленню метафори «екосистема бізнесу». Оскільки в основі цієї метафори лежить зіставлення з біологічними екосистемами, використовувався метод міжгалузевих аналогій. З метою визначення терміну «екосистема бізнесу» застосовано семантичний аналіз наукових досліджень.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Екосистема бізнесу все ще є відносно новою галуззю дослідження, де різні вчені використовують різні терміни, перспективи та цілі. Незважаючи на те, що було проведено багато досліджень щодо екосистем бізнесу, є ще багато важливих питань, які необхідно вирішити. Серед них — визначення бізнес-екосистем та їх особливостей.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Стаття має на меті дати визначення екосистем бізнесу та виділити їх особливості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін екосистема отримав широке поширення поза межами його початкової сфери в біології. У біології екосистема або екологічна система, як правило, позначає одиницю біологічної організації, що складається з усіх організмів у певній зоні, утворюючи таким чином «спільноту». Аналогія екосистем була прийнята в бізнес-дослідженнях. У літературі придумані такі поняття, як бізнес-екосистеми, інноваційні екосистеми, екосистеми програмного забезпечення тощо.

Аналогічність з біологічними екосистемами стала в економічній сфері досить популярною для моделювання систем з великою кількістю стейкхолдерів, тісно взаємодіючих між собою, до яких можна віднести інноваційні системи та кластери. Дж. Мур ввів термін «бізнес-екосистема», який практично ідентичний поняттю «інноваційна екосистема». Бізнес-екосистема — це «динамічні співтовариства, які складаються з різноманітних суб'єктів, що спільно розвиваються та створюють і отримують новий зміст в процесі як взаємодії, так і конкуренції» [7, с. 77]. Це визначення ґрунтувалося на біологічній аналогії бізнес-екосистеми. В основному Дж. Мур порівнював біологічні та бізнес-екосистеми, і він заявив, що в бізнес екосистемах, як і в біологічних, також існує спільнота, яка виживає або працює у певних екологічних умовах і покладається на чесні стосунки між партнерами.

Ряд дослідників визначає екосистему як окремий випадок міжорганізаційної мережі, при цьому акцентуючи увагу на афіліації з цільовою фірмою або платформою. Окремо стоїть точка зору Р. Еднера і його послідовників, який описує екосистему як «узгоджену структуру множинної сукупності партнерів, яким необхідно взаємодіяти для реалізації основної ціннісної пропозиції» [8, с. 40]; у цьому випадку первинною є саме структура.

Інноваційні екосистеми та екосистеми на основі платформ часто аналізуються на основі виділення основних типів учасників, їх кількості, ресурсів, правил існування екосистеми. Г.Б. Клейнер виділяє такі внутрішні компоненти соціально-економічних екосистем: організаційна (структурна), інфраструктурна, бізнес-процесна, інноваційна; а також два зовнішні атрибути: просторова складова (ареал) і тимчасова складова (життєвий цикл) [9, с. 41].

О.М. Сазонець розглядає бізнес-екосистему як інноваційне підприємництво, пов'язане з відтворенням і реалізацією соціально-екологічних функцій у формі відтворення та використання екосистемної продукції та послуг, а також зі збереженням біорізноманіття і яке відповідає принципам екосистемного управління природно-ресурсним потенціалом [1, с.147].

Н. П. Миськовець під бізнес-екосистемою розуміє економічну діяльність підприємств, орієнтовану на задоволення традиційних, екологічних і суспільних потреб при веденні підприємницької діяльності з позиції екосистемного підходу [2, с. 30].

Огляд представлених підходів дозволяє побачити, скільки всього містить у собі феномен бізнес-екосистеми. Притому, що таке різноманіття підходів може дезорієнтувати, у дослідників і практиків менеджменту є широкий вибір з різноманітних варіантів дослідження даного явища, що дозволяє в кожному конкретному випадку вибрати те, що максимально підходить цілям дослідження і практичним викликам.

Так, у нашому розумінні бізнес-екосистема є взаємозалежною структурою, що складається з центральної організації (фірми, бізнес-одиниці або структурного підрозділу) і її оточення, зв'язків між ними і створюваного синергетичного ефекту. Бізнес-екосистема надає своїм учасникам додаткові ресурси для досягнення власних цілей. Особливістю нашого визначення є те, що центральна фірма розділена на типи. Ми вносимо дане уточнення в таку ключову категорію концепції бізнес-екосистеми, як центральна фірма, оскільки воно привносить ясність у концепцію і краще описує реалії практичної діяльності фірм.

Концептуальна модель бізнес-екосистеми складається з чотирьох різних шарів, а саме: лідерів, контриб'юторів, користувачів і навколишнього середовища. Кожен шар у свою чергу має дві різні сторони.

У центрі концептуальної моделі стоїть лідер екосистеми, якого також називають «центральною автором», діє як центр без якого інші члени екосистеми не можуть продовжувати своє ділове життя. Вирішальна позиція лідера екосистеми та активів, якими він володіє, дозволяє йому збирати більшу частку вартості, яку створює екосистема. Лідер екосистеми встановлює бачення, якого мають наслідувати інші члени екосистеми, і, займаючи регуляторну позицію, заохочує інших членів дотримуватися власної філософії та стандартів. Одна із найважливіша роль лідерів — це надання екосистемної платформи як найважливішого будівельного матеріалу бізнес-екосистеми. Іншими словами, головна цінність, яку лідер приносить екосистемі, — це платформа, на якій базується екосистема, оскільки вона надає різним учасникам інструменти та рамки, які допомагають їм стимулювати інновації та покращувати їх ефективність.

Контриб'ютори функціонують виходячи за межі ядра бізнес-екосистеми. Численні взаємозалежні організації та окремі особи сприяють еволюції бізнес-екосистеми, кожна з яких виконує завдання, пов'язані з різними сферами: від проектування, виробництва, операцій, розповсюдження та доставки продуктів до рішень і послуг; при цьому всі вони залежать одна від одної для виживання та вдосконалення діяльності. Ці організації активно працюють над платформами, які надає лідер екосистеми, щоб покращити їх продуктивність, одночасно розширюючи можливості самої платформи. Діапазон діяльності та рівень різноманітності представників екосистеми на цьому шарі моделі зазвичай високий.

Користувачі є важливою складовою бізнес-екосистеми. Вони є тими, хто купує продукцію та послуги, для виробництва яких створюються бізнес-екосистеми. Без користувачів формування екосистеми може бути безглуздом. В результаті клієнти, очевидно, мають велике значення для успіху бізнес-екосистеми. Збільшення кількості клієнтів призводить до збільшення кількості заявок на відповідну платформу через більший попит. Очікування клієнтів також є важливим чинником для успіху платформ, оскільки клієнти часто роблять припущення про популярність платформ.

Навколишнє середовище, що оточує лідерів, контриб'юторів і користувачів, формує умови, в яких розвивається бізнес-екосистема. Багато вчених вивчали вплив навколишнього середовища на бізнес і стратегії, які вони приймають відповідно до навколишнього середовища. Існує міцний зв'язок між організаціями, стратегіями, які вони приймають, та зовнішнім середовищем. У контексті екосистеми бізнесу суб'єкти, що формують середовище навколо бізнес-екосистеми, класифікуються щонайменше з 6 груп, а саме: економічне, технологічне, природне, соціально-культурне середовище, політичне та кредитне середовище.

Екосистема являє собою «виклик», який приймає на себе управлінську ланку, коли компанія вже має досить укріплену систему менеджменту та бізнес-процеси. При цьому, перехід до формування екосистеми вимагає опрацювання окремої стратегії, вкладення ресурсів і готовності керівництва до можливої зміни всієї бізнес моделі.

Разом із введенням поняття бізнес-екосистеми, Д. Мур спробував вивчити це явище з точки зору наявності власного життєвого циклу і вивів такі стадії [7, с. 80]:

1) народження: організація приймає рішення про готовність реорганізації свого бізнесу в екосистему і починає адаптувати існуючу систему управління і бізнес-процеси під перехід;

2) експансія: організація починає захоплення суміжних або зовнішніх територій, шляхом випуску нових продуктів і послуг в них, або купівлею або об'єднанням з уже існуючими гравцями;

3) лідерство: на цьому етапі починається активна конкурентна боротьба; компанія посилює свої нові продукти і шукає способи зробити їх конкурентнішими на новому для себе полі; починається боротьба з альтернативними екосистемами;

4) самовідновлення: полягає у постійному пошуку нових можливостей розширення і підвищення ефективності сформованої бізнес-екосистеми. Альтернативою даному етапу може бути згасання, якщо компанія не знайде нових областей, куди їй можна розширюватися.

Якщо організація приступить до реорганізації своєї структури в бізнес-екосистему на перших етапах свого життєвого циклу, ще до того, як він буде повністю пройдений хоча б один раз, то процес реорганізації не буде завершено успішно. Формування бізнес-екосистеми вимагає наявності як мінімум одного успішного продукту або послуги, за рахунок яких можна починати експансію в інші галузі і сфери. Впровадження бізнес-екосистеми можна назвати частиною як ситуаційного, так і системного підходу в управлінні [8, с. 40]:

1) ситуаційного, так як саме явище екосистем почало поширюватися здебільшого завдяки розвитку цифрових технологій, які надають майже безмежні можливості щодо забезпечення взаємодії між суб'єктами економічної діяльності;

2) системним, так як перехід на бізнес-екосистему не може здійснюватися стихійно. Для запуску цього процесу компанія повинна пройти як мінімум один життєвий цикл, за підсумками якого вона вже володіє стійкою структурою управління. Це дозволить їй нівелювати ризики розорення і припинення своєї діяльності.

До моменту, коли організація проживає свій перший життєвий цикл, вона вже має сформовану структуру управління і деякі налагоджені бізнес-процеси. Подальший перехід до формування бізнес-екосистеми вимагає комбінованого підходу в управлінні, так як компанії необхідно підтримувати і розвивати сформовану структуру і разом з цим уважно стежити за галуззю і новими напрямками, які вона хоче охопити. Тут і виникає взаємозв'язок інтелектуального підходу в управлінні з поняттям бізнес-екосистеми.

Яскравим прикладом бізнес-екосистеми служить компанія Amazon. З'явившись 20 років тому, компанія займає провідні місця в рейтингу найдорожчих компаній світу, будучи найбільшим онлайн-ритейлером. Компанія Amazon розвиває свою екосистему за допомогою інновацій і вірусного зростання, надаючи розробникам доступ до великої кількості необроблених даних про продукцію та ціни, дозволяючи працювати з купівельними кошиками і створювати власні додатки. Фахівці Amazon вважають, що чим більше даних буде передано незалежним розробникам, тим більше нових цікавих програм, сайтів, інструментів буде створено. Все це сприяє зростанню продажів і збільшення доходів компанії. Дана стратегія і являє собою вірусне зростання. Сотні партнерів Amazon направляють у компанію трафік зі своїх сайтів, отримуючи за це комісію. Деякі з них займаються продажами продукції Amazon через інтернет-посилання або рекламу. Партнери збільшують масштаби Amazon, розширюючи асортимент і ринки збуту. Розробники поповнюють список сервісів і додатків, спрощуючи процес покупки. Така взаємна вигода зручна всім учасникам бізнес-екосистеми.

До прикладу, в екосистему Microsoft, за даними компанії, входять системні інтегратори і компанії з розвитку сервісів (найбільше число учасників екосистеми), незалежні вендори і тренери, мережа продавців, постачальники послуг хостингу і інтернет-послуг, бізнес-консультанти, компанії по підтримці програмних продуктів, постачальники комплектуючих і компанії з виробництва побутової електроніки, спеціалізовані магазини різних форматів, фірми-агрегатори тощо.

Багато великих компаній в Україні ставлять собі за мету перехід на існування в якості бізнес-екосистем. Якщо Ukron, як і Vodafone, являють собою повністю цифровий актив, то Монобанк і Glovo стали одними з перших у своїй сфері, хто зміг успішно пройти цифрову трансформацію і дуже швидко наздогнати цифрових гігантів. Це говорить про те, що якщо розглядати формування екосистеми як окремий етап життєвого циклу, то до нього може прийти будь-яка компанія з будь-якої сфери і з будь-якою специфікою бізнесу. Найпростіше це буде тим учасникам ринку, хто вже пройшов етап цифровізації.

Залучення до бізнес-екосистеми створює для компаній безліч можливостей для спільної роботи. Однак компанії стикаються з кількома проблемами, пов'язаними із зміною способу ведення бізнесу. Однією з таких проблем і поширеною помилкою керівника є вибір того, яку роль компанія повинна виконувати в екосистемі бізнесу. Помилка в основному пов'язана з тим, що компанії не можуть оцінити, чи мають вони все необхідне для виконання тієї ролі, на яку

вони прагнуть. На сьогоднішній день попередні дослідження дають обмежене уявлення про те, що потрібно акторові для виконання певної ролі в бізнес-екосистемі.

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень. Таким чином, у нашому розумінні бізнес-екосистема є взаємозалежною структурою, що складається з центральної організації (фірми, бізнес-одиниці або структурного підрозділу) і її оточення, зв'язків між ними і створюваного синергетичного ефекту. На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок про те, що в даний час формування власної бізнес-екосистеми всередині організації може розглядатися в якості окремого етапу її життєвого циклу. Такий підхід дозволить управлінській ланці якісно підійти до планування цього процесу і на виході уникнути етапу «згасання» на роки вперед. Концептуальна модель відкриває шлях до вивчення кожного з компонентів бізнес-екосистеми і, врешті-решт, впровадження всебічної теоретичної бази, яка може розширити можливості застосування бізнес-екосистем. Формування своїх бізнес-екосистем залишатиметься трендом серед організацій на найближчі роки, так як за рахунок цього вони можуть переманювати своїх клієнтів з інших сфер, а також приводити з нових сфер нових клієнтів до старих продуктів. Крім того, варто приділити увагу вивченню динаміки міжекосистемної конкуренції та її відмінностей від конкуренції на рівні фірм. Нарешті, процес інновацій, орієнтованих на користувачів у контексті бізнес-екосистем, — це сфера, яку варто досліджувати у майбутньому.

Література

1. Сазонець О. М. Теоретичні основи здійснення корпоративного підприємництва на основі використання екосистем. *Бізнес Інформ*. 2016. № 11. С. 144—148.
2. Миськовець Н. П. Шляхи удосконалення механізму регулювання екосистемного корпоративного підприємництва. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2017. Вип. 2. С. 30—41.
3. Миськовець Н. П. Фінансові важелі впливу на розвиток екосистемних підприємств. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2018. Вип. 1. С. 79—88.
4. Глушенкова А. А. Особливості розвитку екосистеми діяльності нових підприємств сфери телекомунікацій та інформатизації як середовища інноваційної діяльності в Україні. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. № 2. С. 91—96.
5. Литвин І. В. Екосистема стартап-підприємництва в Україні: історія створення та сучасність. *Молодий вчений*. 2019. № 1(2). С. 476—482.
6. Пащук Л. В. Механізми державного регулювання інституційного розвитку підприємницьких екосистем. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2020. № 12. С. 147—157.
7. Moore J. Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*. 1993. № 71. Р. 76—86.
8. Adner R. Ecosystem as structure: an actionable construct for strategy. *Journal of Management*. 2017. №43.1. Р. 39—58.
9. Клейнер Г.Б. Экономика экосистем: шаг в будущее. *Экономическое возрождение России*. 2019. № 1(59) С. 40—45.
10. Sahaidak, M., Tepliuk, M., Dykan, V., Popova, N., Bortnik, A (2020) Comprehensive assessment of influence of the innovative development asymmetry on functioning of the in-

dustrial enterprise [Комплексна оцінка впливу асиметрії інноваційного розвитку на функціонування промислового підприємства]. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, (6), P. 162-167. DOI: 10.33271/NVNGU/2020-6/162

References

1. Sazonets, O.M. (2016). Theoretical foundations of corporate entrepreneurship based on the use of ecosystems. *Business Inform.* 11., P. 144–148.
2. Myskovets, N.P. (2017). Ways to improve the mechanism of regulation of ecosystem corporate entrepreneurship. *Bulletin of the National University of Water Management and Environmental Sciences*. 2. P. 30-41.
3. Myskovets, N.P. (2018). Financial levers of influence on the development of ecosystem enterprises. *Bulletin of the National University of Water Management and Environmental Sciences*. 1. P. 79–88.
4. Glushenkova, A.A. (2016). Features of ecosystem development of new enterprises in the field of telecommunications and informatization as an environment of innovation in Ukraine. *Economy. Management. Business*. 2. P. 91–96.
5. Lytvyn, I.V. (2019). Ecosystem of startup entrepreneurship in Ukraine: the history of creation and modernity. *A young scientist*. 1(2), P. 476–482.
6. Pashchuk, L.V. (2020). Mechanisms of state regulation of institutional development of business ecosystems. *Formation of market relations in Ukraine*. 12. P. 147–157.
7. Moore, J. (1993). Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*. 71. P. 76–86.
8. Adner, R. (2017). Ecosystem as structure: an actionable construct for strategy. *Journal of Management*. 43.1, P. 39–58.
9. Kleiner, G.B. (2019). Ecosystem economics: a step into the future. *Russia's economic revival*. (59). P. 40–45.
10. Sahaidak, M., Tepliuk, M., Dykan, V., Popova, N., Bortnik, A (2020) Comprehensive assessment of influence of the innovative development asymmetry on functioning of the industrial enterprise. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, (6), pp. 162–167. DOI: 10.33271/NVNGU/2020-6/162

Стаття надійшла в редакцію 00.00.2021