

УДК 330.341.1–0,43.86 : 658.114] : 339.9
 JEL: F60, F63, H32, L26
 ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-8801-3329>

Л.В. Єлісєєва

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦТВА У МІЖНАРОДНІЙ ПРАКТИЦІ

У статті розглядаються особливості функціонування сучасних інноваційних підприємств у глобальній економіці. Проаналізовано інноваційні компанії відповідно до рейтингів Forbes, The Boston Consulting Group, Global Fortune 500. Встановлено, що до інноваційних компаній насамперед належать технологічні лідери та стартапи-новачки, які активно застосовують технологічні та соціальні інновації. Виявлено, що інноваційні компанії, як правило, використовують платформну бізнес-модель та модель двостороннього ринку, де користувач одночасно може бути покупцем і продавцем товару чи послуги. Серед інноваційних компаній виокремлено групу шерінгових підприємств, які функціонують на засадах децентралізованого обміну ресурсами, колективного фінансування проектів, спільного споживання та простору для діяльності.

Ключові слова: інноваційне підприємство, платформна бізнес-модель, шерінгова компанія, експонентна організація, соціальні інновації.

Постановка проблеми. Сучасний етап суспільного розвитку характеризується безпрецедентними темпами глобалізації. Унаслідок цього відбуваються динамічні системні зміни в світовій економіці: стрімко поширюються інформаційні технології, формується мережева економіка, переоцінюється роль різних ресурсів у суспільному виробництві, змінюються бізнес-моделі у підприємницькій практиці тощо. Однією з основних економічних тенденцій (особливо після світової кризи 2008–2009 рр.) стало пришвидшення розвитку інноваційного підприємництва як відповіді на глобальні виклики XXI ст.: дефіцит традиційних природних ресурсів, швидке розгортання екологічної кризи, кризи глобального

економічного управління, збільшення довіри до бізнесу, прискорення розвитку ІТ тощо. Це вимагає детального вивчення форм, специфіки функціонування, інструментів формування екосередовища інноваційного підприємництва в світі та можливостей перетворення його на драйвер економічного зростання в національній економіці. На підставі цього можна стверджувати, що дане наукове дослідження є своєчасним та актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти даної проблеми досліджені в працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Серед них найбільш вагомими, на наш погляд, є роботи Ю. Бажала, П. Діамандіса, С. Ісмаїла, К. Крістенсена, Дж. Паркера, Н. Супрун, Ф. Лалу та ін.

Виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми, що розглядається. Прискорення технологічного розвитку та поєднання інформаційних технологій і соціальних інновацій дали поштовх для появи нового типу інноваційного підприємництва, специфіка становлення та функціонування якого є недостатньо розкритими.

Постановка мети і завдань. Ми ставили за мету дослідити сучасні тенденції розвитку інноваційних форм підприємництва у міжнародній практиці.

Виклад основного змісту дослідження. У сучасній науці немає уніфікованого визначення інновацій. Відповідно до шумпетеріанського підходу інновації – ядро економічного розвитку, економічна діяльність, яка руйнує старі структури та мобілізує наявні ресурси з метою їх продуктивнішого використання [1]. Вони є невід’ємною складовою «творчого руйнування», ендогенного розвитку, стимулюють підприємницьку діяльність, конкуренцію, підвищення рівня зайнятості та добробуту населення. Існують різні класифікації інновацій: одиничні, дифузні; глобальні, регіональні, локальні; підсилювальні, підривні тощо. Глобальні дифузні інновації передбачають появу принципово нових видів продукції, технологій, нових методів управління, які швидко поширюються в міжнародній практиці. Згідно з теорією професора Гарвардської бізнес-школи К. Крістенсена варто розрізняти також підсилювальні та підривні технології [2, с. 17–19]. Перші сприяють економії на витратах та зменшенню собівартості продукції, тоді як підривні технології не просто зумовлюють поліпшення продуктивності праці, а приносять на ринок іншу пропозицію цінності, ніж та, яка була на ньому раніше. Якщо на початку 2000-х років Я. Корнаї

відзначав «технопаузу» після появи двох революційних технологій (комп'ютера та Інтернету) [3, с. 4–5], то наразі спостерігається прискорення розвитку так званих «експонентних» чи підривних технологій. За даними The Digital Economy and Society Index (DESI) до топ-10 стратегічних трендів в технологіях 2017 р. (більшість із яких і є підривними технологіями) належать розвиток інтелектуальних (штучний інтелект, машинне навчання, інтелектуальні додатки, Інтернет речей), цифрових (блокчейн, цифрові двійники, віртуальна та доповнена реальність), мережевих технологій (адаптивна архітектура безпеки, платформи цифрових технологій, розподілена архітектура сервісів і додатків, месенджери) [4] тощо. Такий технологічний «прорив» зумовлює суттєві зміни в підприємницькому середовищі. Революційне поширення інформаційних технологій вже докорінно змінило різні галузі виробництва: роздрібну торгівлю, книговидавництво, готельний, музичний бізнес тощо.

Суть поняття «інноваційне підприємництво» теж недостатньо розкрито в науці та практиці. За версією Forbes до найбільш інноваційних компаній відносять організації, які, на думку інвесторів, у найближчому майбутньому зроблять прорив у своїй галузі. У 2017 р. до таких організацій належать Salesforce (виробник систем управління взаємовідносинами з клієнтами, один із найбільших гравців на ринку хмарних продуктів США); Tesla Motors (розробник перших електрокарів, безпілотних вантажівок), Amazon (лідер в області продажів товарів масового попиту через систему інтернет-сервісів), Shanghai Raas Blood Products (виробник лікарських засобів), Netflix (розважальний сервіс, аудиторія передплатників якого вже досягла сотні мільйонів), Incyte Corporation (виробник медичних препаратів), Hindustan Unilever Limited (компанія, яка займається продажем споживчих товарів жителям Індії), Asian Paints Limited (найбільший індійський виробник фарб), Naver (найбільший інтернет-портал і найпопулярніша пошукова система в Південній Кореї), Regeneron Pharmaceuticals (розробник ліків від раку, хвороб очей, астми, дерматиту) [5]. Більшість із них з'явилася порівняно недавно – на початку XXI ст. – та змогла за окремими показниками випередити компанії, які функціонують на ринку майже півстоліття.

Згідно з дослідженням аналітиків The Boston Consulting Group (BCG), яка входить до «великої трійки» консалтингових груп США, до найінноваційніших компаній належать Apple,

Google, Tesla Motors, Microsoft, Amazon, Netflix, Samsung Group, Toyota, Facebook, IBM [6]. Уперше в цьому ж рейтингу високі позиції посіли новачки – Uber (17 позиція), Airbnb (21 позиція). І хоча перші місця в ньому обіймають технологічні гіганти, проте поява Uber та Airbnb переконують, що завдяки використанню різних видів інновацій (насамперед технологічних і соціальних) можна зробити стрімкий ривок у підприємницькому середовищі. Крім того, одинадцяте щорічне глобальне опитування щодо стану інновацій у світі показало, що використання технологій для забезпечення конкурентної переваги уже не є прерогативою лише технологічних компаній.

Про розвиток інноваційного бізнесу в світі свідчить і зростання доходу осіб, які є засновниками або співвласниками таких компаній. Зокрема, за рейтингом Forbes 2017 до найбагатших людей світу належать Б. Гейтс (86 млрд дол., Microsoft), Дж. Безос (72,8 млрд дол.; Amazon), М. Цукерберг (56 млрд дол.; Facebook), Л. Еллісон (52,2 млрд дол., Oracle), Л. Пейджа (40,7 млрд дол., Google) тощо [7]. Після «чорної п'ятниці» 2017 р. офіційно найбагатшою людиною став Дж. Безос, власник одного з найбільших бізнесів у сфері e-commerce, статки якого перевищили 100 млрд дол. Загалом такі дані свідчать про суттєві трансформації в світовому підприємницькому середовищі.

У глобальному масштабі з'явилося чимало нових інноваційних компаній. Для прикладу: бізнес-проект Instagram, створений у 2010 р., у якому працювало лише 13 співробітників, був викуплений Facebook за 1 млрд дол. Інноваційний бізнес WhatsApp, де було лише 19 співробітників, був проданий за 19 млрд дол., ставши найбільшою угодою в індустрії стартапів. А Google та Facebook, створені на рубежі XX–XXI ст., охоплюють понад 1/7 населення усього світу.

За короткий час молоді компанії здатні витіснити з ринку великі підприємства. За даними Global Fortune 500, одного з найвідоміших рейтингів міжнародних компаній, до топ-10 фірм, які демонструють найшвидші темпи росту, належать: MiMedx, Paycom Natural Health Trends, Software, LendingTree Charlotte, Abiomed, Facebook, NetEase, Elli Mae, Amazon, Arista Networks [8]. Більшість із них має модель платформного бізнесу та використовує мінімум фізичних та трудових ресурсів. Крім того, чимало компаній, які на початку XXI ст. займали передові позиції у списку Global Fortune 500 за обсягом валового доходу, значно погірши-

ли свої позиції або взагалі зникли з цього списку. Зазначимо, що в 2016 р. до цього рейтингу увійшли компанії, які репрезентували тридцять чотири країни світу, отримали 27,7 трлн дол. валового доходу, 1,5 трлн дол. чистого прибутку та забезпечили працевлаштування 67 млн людей [8]. До таких компаній також належали Apple (9 позиція), Amazon.com (26 позиція), Alphabet (65 позиція), Facebook (393 позиція), Alibaba Group Holding (462 позиція) та ін.

Як бачимо з вище наведених рейтингів, до найбільш інноваційних компаній потрапили відомі технологічні гіганти – Facebook, Google, а також нові гравці на міжнародному ринку – Airbnb, Uber та інші. У зв'язку з цим важливо дослідити специфіку функціонування таких компаній, їхні конкурентні переваги порівняно з компаніями, які вже десятки років працюють на світовому ринку.

Розвиток інформаційних технологій, глобальна конкуренція та інституційні механізми впливають на вибір бізнес-моделі підприємств. Останнім часом економісти все частіше стверджують про поступовий занепад класичної ієрархічної організації або організацій лінійного типу, які покладені в основу підприємницьких структур ХХ ст. Лінійна організація класичного підприємства передбачає поетапне створення та передачу цінності. Спочатку компанія розробляє продукт, тоді – виробляє, виставляє на продаж і створює систему для надання послуг. Такий лінійний ланцюг створення цінності та переходу його від виробника до споживача описується моделлю «бізнес – споживач» (business-to-customer, b2c). Останніми роками все більше компаній замінюють «конвеєрну» систему платформною. Зазначимо, що більшість вище зазначених інноваційних компаній і є платформним бізнесом.

Платформа – підприємство, яке забезпечує вигідну взаємодію між виробниками та споживачами, створює відкриту інфраструктуру для її учасників та встановлює правила, тобто сприяє розвитку організованих ринків. Основне завдання платформи – створити зв'язки між користувачами та сприяти обміну товарами, соціальною валютою, стимулюючи створення цінності всіма учасниками [9, с. 21]. Сучасні платформи, які базуються на застосуванні цифрових технологій, усувають перешкоди місцезнаходження користувачів та часового поясу, у якому вони перебувають, знижуючи бар'єри для ведення бізнесу. Для цього платформи використовують різні програмні продукти, що об'єднують ви-

робників і споживачів швидше та простіше, ніж це було раніше. Відповідно проста організація трансформується в складну мережеву систему, де виникають різні типи взаємозв'язків між виробниками, споживачами та платформою. У рамках платформ є різні типи користувачів – продавці, споживачі, – проте їх функції постійно змінюються: споживач може ставати продавцем, продавець – споживачем чи одночасно виконувати обидві функції. Таким чином, формується двосторонній ринок, у процесі взаємодії на якому користувачі розповсюджують, використовують і спільно створюють певну цінність. І все це стає можливим завдяки зв'язкам, формування яких забезпечує платформа. У такий спосіб ринкові комунікації b2b (бізнес – бізнес, business-to-business), b2c (бізнес – споживач, business-to-customer); b2a (бізнес – держава, business-to-administrator) поступово трансформуються у peer-to-peer (p2p) – взаємозв'язки рівних з рівними.

Традиційні «лінійні» компанії, як правило, створювалися в умовах дефіциту значної кількості ресурсів. Доступ до останніх дозволяв отримати монопольне становище та закріпити свої конкурентні переваги на певний час. Платформні бізнес-моделі часто витісняють з ринку традиційні компанії, оскільки вони ефективніше масштабуються, виключають посередництво (хоча платформа фактично є посередником нового типу), розкривають нові джерела створення, передачі цінностей та формування активів, використовують інструменти соціального контролю тощо [9, с. 49]. Традиційні компанії часто покладаються на неефективних посередників, які управляють рухом цінності від продавця до споживача. Наприклад, у класичній видавничій індустрії головний редактор обирає кілька книг й авторів серед тисячі пропозицій, спираючись на власний досвід та інтуїцію. Це складний і трудомісткий процес, тоді як платформа Amazon Kindle дозволяє будь-кому опублікувати книгу й керуватись відгуками споживачів, визначає попит та рентабельність реалізації такого проекту. Така система може швидко й ефективно розвиватися, оскільки думку посередника – редактора – замінили сигнали ринку, які створюються читацькою спільнотою. Крім того, виключення посередників означає збільшення свободи користувачів у виборі продуктів, які відповідають їх смакам, зниження ціни товару, спрощення процесу передачі цінності та зменшення транзакційних витрат тощо.

Ринки платформ змінюють і природу пропозиції. У нових умовах пропозиція розкриває нереалізований потенціал і вико-

ристовує можливості груп, які, як правило, раніше були лише джерелом попиту. Крім того, «сигнали» спільноти у формі відгуків, побажань, скарг про якість продуктів чи репутацію постачальників сприяють тому, що ринкові взаємодії стають ефективнішими. Відзиви інших покупців полегшують пошук необхідного товару чи послуги. А продукти, які отримують переважно негативні відгуки, зникають із платформи. Крім того, на відміну від платформ, традиційні компанії покладаються на механізми внутрішнього контролю: редакторів, менеджерів, супервайзерів, які забезпечують якість і формують ринкову взаємодію. Ці механізми є дорогими й втрачають свою ефективність під час збільшення масштабу організації [9, с. 30].

Окрім використання платформної бізнес-моделі, двостороннього ринку до спільних ознак вище зазначених інноваційних компаній ми відносимо активне застосування соціальних інновацій, а саме інструментів оренди активів, краудфандингу, краудсорсингу, створення спільнот тощо. Такі компанії легко масштабуються завдяки використанню зовнішніх активів, що забезпечує їм високу гнучкість, швидкість, маневреність, адаптивність. Використання соціальних інновацій дозволяє їм вибудовувати свій бізнес з використанням безкоштовних ресурсів, які надають їм користувачі. Наприклад, сьогодні Airbnb – значне підприємство, яке працює в 191 країні, 65 000 містах, яке пропонує понад 3 млн варіантів проживання від невеликих квартир до справжніх замків, послугами яких скористалися понад 300 млн гостей. У квітні 2014 р. компанія була оцінена в 10 млрд дол. Це рівень, вище якого піднялася лише невелика кількість значних міжнародних готельних мереж. Дж. Геббіа – директор проектів і співвласник Airbnb неодноразово входив до престижних рейтингів підприємців такі, як Inc 30 under 30 і Fortune 40 under 40 [10]. Менше ніж за десятиліття Airbnb значно розширила сегмент споживачів, завдавши суттєвих збитків традиційному готельному бізнесу, не маючи у власності жодної кімнати. Airbnb може зростати швидше, ніж традиційний готельний бізнес, оскільки її розвиток не стримується можливостями будівництва та управління фізичними ресурсами. Для мережі готелів необхідні роки, щоб вибрати, придбати нову ділянку землі, спроектувати будівлі, навчити персонал, а Airbnb здатна розширюватися дуже швидко, залучаючи нових користувачів, у тому числі власників житла, з усього світу. За даними авторитетного видання США «TechCrunch» на початку

2017 р. компанія Airbnb залучила нові інвестиції обсягом 1 млрд дол., унаслідок чого ринкова оцінка компанії сягнула 31 млрд дол. [11]. На сьогодні це один із найдорожчих стартапів у світі.

Інноваційна компанія Uber, яка працює на базі смартфонів, була створена в Сан-Франциско в березні 2009 р. Після п'яти років інвестори оцінювали його в понад 50 млрд дол. Наразі сервіс працює в 632 містах світу та загрожує сегменту традиційних послуг таксі, не маючи у власності жодного автомобіля [12].

Facebook отримує в середньому 14 млрд дол. у рік за рахунок реклами, яку показує понад 1,5 млрд користувачів, які регулярно користуються послугами платформи [13]. Компанія є найбільшим медіамагнатом світу, не створюючи жодного оригінального твору.

До платформного бізнесу, який активно використовує соціальні інновації, також належать: Amazon, YouTube, eBay, Wikipedia, iPhone, Upwork, Twitter, KATAK, Pinterest тощо.

У такий спосіб використання цифрових, мережевих технологій у поєднанні з соціальними інноваціями зумовлюють створення так званих «горизонтальних», «експонентних» організацій [14]. На думку С. Ісмаїла та Ю. ван Геєста, співробітників Університету сингулярності США, глобальна «діджиталізація» відкриває нові можливості та ресурси для всіх організацій незалежно від їх розміру, історії чи сфери діяльності, проте в нових умовах «виживуть» лише ті бізнес-структури, які здатні швидко змінюватися. Дослідники назвали їх експонентними, оскільки вони здатні до стрімкого росту (легко масштабуються) через використання проривних технологій та соціальних інновацій. До них також належать шерінгові компанії – платформні бізнес-моделі, що функціонують на засадах децентралізованого обміну ресурсами, колективного фінансування проектів, спільного споживання та простору для діяльності. Основними організаційними формами підприємництва в сфері економіки спільного користування стали райдшерінг (ridesharing – спільне використання приватного автомобіля за допомогою сервісів із пошуку пасажирів та водіїв), хаузшерінг (housesharing – спільне користування житлом на короткий термін), краудфандинг (спільне фінансування проектів), а також шерінгові бізнес-проекти, які забезпечують спільне використання одягу, освітніх послуг, авіатранспорту та інші, які протимували зростання уваги суспільства до проблем економії ресурсів, екологічного господарювання, відродження довіри то-

що. До міжнародних шерінгових компаній належать Airbnb, Uber, BlaBlaCar, Shareyourmeal, TaskRabbit, Parking Panda, DogVacay, Rentoid, Etsy, Kickstarter, Vandebro, LendingClub, Quirky, Transferwise, Cohealo, JustPark, Skillshare, RelayRides, Landshare., Zopa, Zipcar, Yerdle, Getable, ThredUp, FreeCycle, eBay, Instacart, Washio, Shuttlecook, DeskBeers, WunWun тощо.

На відміну від компаній традиційного типу, інноваційні експоненти організації розвиваються в умовах надлишку, а не дефіциту більшості ресурсів. Вони використовують мінімальні обсяги активів, організаційних структур, наймають незначну кількість співробітників, активно використовують фріланс, коворкінг, аутсорсинг, орендують активи, застосовують хмарні комп'ютерні технології тощо. Такі компанії є максимально гнучкими: менше витрачають на організацію виробництва, оптимізують виробничий процес за допомогою новітніх технологій, у них рідше виникає конфлікт економічних інтересів тощо.

Розвиток таких інноваційних компаній має переважно позитивні наслідки для національної економіки. Розглянемо їх на прикладі Uber. До його позитивних ефектів належать створення нових можливостей для збільшення доходу населення, ефективнішого використання власного часу, забезпечення гнучкого графіку роботи, отримання дешевших і якісніших послуг, частково збільшення податкових надходжень, підвищення рівня суспільного добробуту тощо. Зокрема, компанія Uber реалізувала проєкт uberPOOL, що дозволяє кооперуватися людям, які рухаються в одному напрямку, у такий спосіб перетворюючи декілька окремих поїздок в одну спільну. У Лос-Анджелесі та Ченду, які обслуговує Uber, більш ніж чверть поїздок здійснюються за допомогою послуги uberPOOL. Лише за один місяць (упродовж 20 лютого по 20 березня 2015 р.) користувачі цієї послуги в Сан-Франциско зекономили 647000 миль, що еквівалентно близько двадцяти семи навколосвітнім подорожам [12]. Менша кількість подоланих миль означає зменшення витрат палива і менший обсяг двоокису вуглецю, викинутого в атмосферу.

До негативних ефектів розвитку такого виду інноваційного бізнесу відносимо занепад конкуруючих компаній, підвищення рівня структурного безробіття, збільшення обсягу неформального сектору (у випадку, якщо такі відносини не врегульовані законодавчо). Проте, на нашу думку, формування такого інно-

ваційного бізнесу має більше переваг, ніж недоліків, та відповідає суспільним запитам сучасності.

Державні інституції більшості країн світу ще не визначилися з приводу методів та інструментів регулювання подібного інноваційного бізнесу. Це пов'язано з тим, що поява платформної бізнес-моделі (та в її рамках шерінгових підприємств), яка активно використовує технологічні та соціальні інновації, є новим економічним феноменом, наслідки розвитку якого важко спрогнозувати. У зв'язку з цим у більшості країн світу урядові структури зайняли очікувальну позицію. Наразі в Європі та окремих містах США спостерігається створення інституційних перешкод для розвитку такого підприємництва. 9 серпня 2017 р. міністр економіки і фінансів Франції Б. Ле Мер охарактеризував поточну ситуацію з оподаткуванням таких фірм «непринятною». За його словами, онлайн-платформи у Франції заробляють десятки мільйонів євро, однак бюджет Франції поповнюється від них лише по кілька десятків тисяч євро на рік. За даними газети Le Parisien у 2016 р. Airbnb сплатив менше 100 тисяч євро податків до державного бюджету Франції, хоча понад десять мільйонів французів скористалися послугами платформи. Законодавчі перешкоди для короткострокової оренди житла існують також у Нью-Йорку та Берліні. А з 29 листопада 2017 р. використання сервісів Uber взагалі заборонено в Ізраїлі. Єврокомісія та Організація з економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) давно займаються проблемами оподаткування онлайн-платформ, однак цей процес є надто складним, а тому низка політичних ініціатив наразі ще закріплена формально.

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Таким чином, через експонентний розвиток технологій та мережевої економіки поряд із великими класичними компаніями, які тривалий період були лідерами на міжнародному ринку, поступово з'являються інноваційні підприємства нового типу. Особливість функціонування таких компаній полягає в тому, що вони є формою платформного бізнесу, який створюється через поєднання новітніх інформаційних технологій та соціальних інновацій, відрізняється нелінійною структурою, використовує мінімальну кількість власних засобів виробництва та потенціал сформованих спільнот як джерела попиту й пропозиції активів. Такі бізнес-моделі легко масштабуються і зумовлюють занепад традиційних галузей економіки. Порівняно з класичними компа-

ніями їх конкурентні переваги полягають у використанні моделі двостороннього ринку, виключенні традиційних посередників та функціонуванні в умовах надлишку, а не дефіциту ресурсів. Це дозволяє зменшити трансформаційні та трансакційні витрати фірм, а відповідно запропонувати нижчу ціну та якісно інші послуги, ніж їхні конкуренти. Як показує практика, наразі використання новітніх технологій не є гарантією збільшення ринкової влади фірм. В умовах інформаційного суспільства та мережевої економіки зростає значення соціальних інновацій таких як краудфандинг, краудсорсинг, створення спільнот тощо, що сприяє застосуванню гнучких форм зайнятості, децентралізаційного механізму прийняття рішень та відмові від бюрократичної ієрархічної організаційної структури тощо.

Інноваційне підприємництво такого типу є відносно новим економічним феноменом у глобальній і національній економіці, який ще недостатньо вивчений науковцями та практиками. У зв'язку з цим більшість урядових структур ще не визначилися з приводу місії такого бізнесу та його наслідків для економічної системи. На нашу думку, поява такої моделі бізнесу є цілком закономірним процесом у контексті зміни ролі спільнот у глобальній економіці, підвищення рівня недовіри до державних інституцій та розвиток ІТ. У більшості випадків його формування позитивно впливає на приватний сектор, а тому виникає потреба в подальшому дослідженні специфіки таких підприємств, їх наслідків для кожного сектору економіки та напрямів економічної політики для створення сприятливого інституційного середовища для їх розвитку.

1. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 242 с.
2. Крістенсен К.М. Дилема інноватора. Як нові технології нищать сильні компанії. Київ: Yakaboo, 2017. 280 с.
3. Корнаї Я. Инновации и динамизм: взаимосвязь систем и технического прогресса. *Вопросы экономики*. 2012. № 4. С. 4–31.
4. Digital Economy and Society Index (DESI) 2017. URL: europa.eu/rapid/press-release_MEMO-17-352_en.pdf (Last accessed: 28.11.2017).
5. The world's most innovative companies (Forbes 2017). URL: <https://www.forbes.com/innovative-companies/#5bcf3c451d65> (Last accessed: 28.11.2017).

6. The most innovative companies (The Boston Consulting Group 2016): an interactive guide. URL: https://www.bcgperspectives.com/content/interactive/innovation_growth_most_innovative_companies_interactive_guide/ (Last accessed: 28.11.2017).
7. The world's Billionaires (Forbes 2017). URL: <https://www.forbes.com/billionaires/#6e5b8067251c> (Last accessed: 28.11.2017).
8. The Global 500: The Top 10. URL: <http://fortune.com/global500/> (Last accessed: 28.11.2017).
9. Паркер Дж. Революция платформ. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 304 с.
10. Airbnb. URL: <https://www.airbnb.com/about/about-us> (Last accessed: 25.11.2017).
11. Lunden I. Airbnb closes \$1B round at \$31B valuation, profitable as of 2H 2016, no plans for IPO. TechCrunch. 2017. March 9. URL: <https://techcrunch.com/2017/03/09/airbnb-closes-1b-round-at-31b-valuation-profitable-as-of-2h-2016-no-plans-for-ipo/> (Last accessed: 25.11.2017).
12. Uber. Driving jobs vs driving with Uber. URL: <https://www.uber.com/driver-jobs/> (Last accessed: 25.11.2017).
13. Facebook. URL: <https://uk-ua.facebook.com/facebook> (Last accessed: 25.11.2017).
14. Исмаил С. Взрывной рост. Москва: Альпина Паблшер, 2017. 393 с.

References

1. Shumpeter, Y.A. (2011). The theory of economic development. Kyiv: KM Akademiia [in Ukrainian].
2. Kristensen, K.M. (2017). The innovator dilemma. How the new technologies destroy strong companies. Kyiv: Yakaboo [in Ukrainian].
3. Kornai, Ya. (2012). Innovations and dynamism: interaction between the systems and technological progress. *Voprosy ekonomiki*, 4, p. 4–31 [in Russian].
4. Digital Economy and Society Index (2017). Retrieved from europa.eu/rapid/press-release_MEMO-17-352_en.pdf [in English].
5. The world's most innovative companies (2017). Retrieved from <https://www.forbes.com/innovative-companies/#5bcf3c451d65> [in English].
6. The most innovative companies: an interactive guide (2016). Retrieved from <https://www.bcgperspectives.com/content/interactive>

- /innovation_growth_most_innovative_companies_interactive_guide/ [in English].
7. The world's Billionaires (28.11.2017). Retrieved from <https://www.forbes.com/billionaires/#6e5b8067> 251 p. [in English].
 8. The Global 500: The Top 10. (28.11.2017). Retrieved from <http://fortune.com/global500/> [in English].
 9. Parker, Dzh. (2017). *Revolyutsiya platform*. Moskva: Mann, Ivanov i Ferber [in Russian].
 10. Airbnb. Retrieved from <https://www.airbnb.com/about/about-us> [in English].
 11. Lunden, I. (2017, March 9). Airbnb closes \$1B round at \$31B valuation, profitable as of 2H 2016, no plans for IPO. *TechCrunch*, 2017. Retrieved from <https://techcrunch.com/2017/03/09/airbnb-closes-1b-round-at-31b-valuation-profitable-as-of-2h-2016-no-plans-for-ipo/> [in English].
 12. Uber. Driving jobs vs driving with Uber. Retrieved from <https://www.uber.com/driver-jobs/> [in English].
 13. Facebook. (25.11.2017). Retrieved from: <https://uk-ua.facebook.com/facebook> [in English].
 14. Ismail, S. (2017). *A skyrocketing growth*. Moskva: Al'pina Publisher [in Russian].

Одержано 28.09.2017 р.