

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Галузь знань

Спеціальність

Міжнародні економічні відносини

29 «Міжнародні відносини»

292 «Міжнародні економічні відносини»

Форма навчання: очна (денна)

очна (денна), заочна, дистанційна

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему «Інноваційні стратегії високотехнологічних компаній на світових ринках»

(назва теми)

Здобувача: Мєднікова Костянтина Денисовича

(ПІБ, підпис)

(підпис)

Науковий керівник: професор кафедри міжнародної економіки, кандидат

економічних наук Черницька Тетяна Володимирівна

(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації
здобувачів вищої освіти (ЕК)

Завідувач кафедри: д.е.н., доцент Федірко О.А.

(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

Київ 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

Міжнародні економічні відносини
29 «Міжнародні відносини»
292 «Міжнародні економічні відносини»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

С.І. Ткаленко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

20__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

О.А. Федірко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Меднікову Костянтину Денисовичу

Денної форми навчання

очної (денної)

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему

«Інноваційні стратегії високотехнологічних компаній на світових ринках»

Тему затверджено наказом ректора Університету від " 28 " грудня 2023 р .№ 2320-ст.

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ		
Розділ 2	СУЧАСНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ КОМПАНІЯМИ		
Розділ 3	ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ НА СВІТОВИХ РИНКАХ		
Об'єкт дослідження:	Інноваційні стратегії, що використовуються високотехнологічними компаніями на світових ринках.		

Предмет дослідження:	Використання сучасних технологій в виробництві продуктів та послуг в цілях здобуття конкурентної переваги .
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	Метою дипломної роботи є створення рекомендацій введення інновацій високотехнологічними компаніями, для подальшого використання світового досвіду українськими компаніями в Україні та на світовому ринку.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	Охарактеризувати теоретичні засади формування конкурентних переваг високотехнологічних компаній на основі інновацій.
	Визначити механізми розробки та впровадження корпоративних інноваційних стратегій.
	Представити методики оцінки ефективності інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світових ринках.
У розділі 2	Провести аналіз сучасних трендів світового ринку високотехнологічної продукції.
	Виконати бенчмаркінг інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світовому ринку.
	Оцінити значення мережевізації інноваційної діяльності в контексті нарощення міжнародної конкурентноспроможності.
У розділі 3	Оцінити ефективність імплементації інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями України.
	Визначити стратегічні пріоритети формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій.

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20 ____ р.

**Завдання одержав
здобувач**

(підпис)

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20 ____ р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 63 сторінки, 5 таблиць, 5 рисунків, список використаних джерел з 60 найменувань, додатки.

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ НА СВІТОВИХ РИНКАХ

Об'єктом дослідження є Інноваційні стратегії, що використовуються високотехнологічними компаніями на світових ринках.

Предметом дослідження є Використання сучасних технологій в виробництві продуктів та послуг в цілях здобуття конкурентної переваги.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи є аналіз стратегій введення інновацій високотехнологічними компаніями, для подальшого використання світового досвіду українськими компаніями в Україні та на світовому ринку.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

1. Охарактеризувати теоретичні засади формування конкурентних переваг високотехнологічних компаній на основі інновацій.
2. Визначити механізми розробки та впровадження корпоративних інноваційних стратегій.
3. Представити методики оцінки ефективності інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світових ринках.
4. Провести аналіз сучасних трендів світового ринку високотехнологічної продукції.
5. Виконати бенчмаркінг інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світовому ринку.
6. Оцінити значення мережевізації інноваційної діяльності в контексті нарощення міжнародної конкурентноспроможності.
7. Оцінити ефективність імплементації інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями України.
8. Визначити стратегічні пріоритети формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій.

Практичне значення отриманих результатів. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що їх можна використати для залучення інноваційних стратегій українськими компаніями на прикладі світових та українських компаній.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи - 2024

Рік захисту роботи - 2024

Ключові слова: високотехнологічні компанії, інноваційна стратегія, світовий ринок, технології, інновації, мережевізація

В і д г у к

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача факультету Міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини»

Мєднікова Костянтина Денисовича

**на тему: «Інноваційні стратегії високотехнологічних компаній на світових
ринках»**

- 1. Актуальність теми:** Обумовлена стрімким розвитком високотехнологічних компаній, що є ключовими гравцями на світових ринках. Інноваційні стратегії корпорацій дозволяють не лише забезпечувати конкурентну перевагу, але й формувати нові ринки, встановлювати нові стандарти та сприяти економічному зростанню. У сучасних умовах глобалізації та швидких технологічних змін здатність адаптуватися до нових викликів і впроваджувати інновації стає вирішальною для успіху високотехнологічних компаній.
- 2. Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи:** У роботі здійснено аналіз впливу використання інноваційних стратегій на ефективність високотехнологічних компаній та їхні конкурентні позиції на світових ринках.
- 3. Наявність самостійних розробок автора:** Автором було визначено стратегічні пріоритети формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій; сформовано стратегічні пріоритети високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій. Здобувачем встановлено зв'язки між введенням інновацій у продуктову лінійку або перелік послуг компаній та їх ринковою капіталізацією. Також проведено SWOT-аналіз трьох високотехнологічних компаній на українському ринку.
- 4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:** Загальні висновки та рекомендації дослідження можуть бути використані у діяльності українських високотехнологічних компаній із метою зміцнення конкурентних позицій на вітчизняному та світовому ринках.
- 5. Наявність недоліків:** У роботі доцільно було б використати економетричні методи дослідження для обґрунтування причинно-наслідкових зв'язків між впровадженням інновацій та економічною результативністю високотехнологічних компаній.
- 6. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:** Робота є самостійним, завершеним, логічно структурованим дослідженням і може бути рекомендована до захисту перед Екзаменаційною Комісією із загальною оцінкою **42 бали**.

Науковий керівник: к.е.н., доцент, професор кафедри міжнародної економіки

Черницька Т.В.

“03” червня 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ	7
1.1 Формування конкурентних переваг високотехнологічних компаній на основі інновацій	7
1.2 Механізми розробки та впровадження корпоративних інноваційних стратегій	16
1.3 Методики оцінки ефективності інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світових ринках	23
РОЗДІЛ 2 СВІТОВИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ КОМПАНІЯМИ	27
2.1 Сучасні тренди світового ринку високотехнологічної продукції	27
2.2 Бенчмаркінг інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світовому ринку....	33
2.3 Мережевізація інноваційної діяльності в контексті нарощення міжнародної конкурентноспроможності	38
РОЗДІЛ 3 ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ НА СВІТОВИХ РИНКАХ	43
3.1 Оцінка ефективності імплементації інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями України.....	43
3.2 Стратегічні пріоритети формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій	58
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64
ДОДАТКИ.....	3

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена стрімким розвитком високотехнологічних компаній, що стають ключовими гравцями на світових ринках. Інноваційні стратегії, які вони використовують, дозволяють не лише забезпечувати конкурентну перевагу, але й формувати нові ринки, встановлювати нові стандарти та сприяти економічному зростанню. У сучасних умовах глобалізації та швидких технологічних змін, здатність адаптуватися до нових викликів та впроваджувати інновації стає вирішальною для успіху високотехнологічних компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що питання інноваційних стратегій та їх впливу на конкурентоспроможність досліджували такі науковці як Клейтон Крістенсен, Роберт Мартін, Генрі Чесбро, Рене Оборн, Мелані Мітчелл, Віктор Майєр-Шенбергер, Джордж Сталк-молодший, Раджкумар Буйя, АннаЛі Саксенян, Ральф Кімбалл, А.О Касич та І.Б Бачало. Вони акцентували увагу на важливості інновацій як рушійної сили розвитку економіки та створення нових ринкових можливостей. Проте, специфіка застосування інноваційних стратегій у високотехнологічних компаніях України залишається недостатньо вивченою, що вимагає подальшого дослідження.

Мета та завдання роботи. Мета кваліфікаційної роботи - на основі комплексного дослідження формування та впровадження інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями розробити пріоритетні напрями інтеграції українських компаній на світовий ринок високотехнологічної продукції. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити наступні завдання:

1. Охарактеризувати теоретичні засади формування конкурентних переваг високотехнологічних компаній на основі інновацій.

2. Визначити механізми розробки та впровадження корпоративних інноваційних стратегій.
3. Представити методики оцінки ефективності інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світових ринках.
4. Провести аналіз сучасних трендів світового ринку високотехнологічної продукції.
5. Виконати бенчмаркінг інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світовому ринку.
6. Оцінити значення мережевізації інноваційної діяльності в контексті нарощення міжнародної конкурентноспроможності.
7. Оцінити ефективність імплементації інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями України.
8. Визначити стратегічні пріоритети формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій.

Об'єктом дослідження є особливості функціонування світового ринку високотехнологічної продукції. Предметом дослідження є механізм розробки та впровадження інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями на світових ринках

Для вирішення поставлених завдань у роботі застосовувалися наступні методи:

1. Охарактеризувати теоретичні засади формування конкурентних переваг високотехнологічних компаній на основі інновацій:
 - Метод логічного узагальнення: для систематизації та узагальнення теоретичних підходів до формування конкурентних переваг на основі інновацій.
 - Метод систематизації: для структурованого представлення існуючих теоретичних знань.
2. Визначити механізми розробки та впровадження корпоративних інноваційних стратегій:
 - Аналітичні методи порівняння: для аналізу різних механізмів розробки та впровадження інноваційних стратегій.

- Метод індукції: для визначення загальних принципів на основі конкретних випадків впровадження інновацій.

3. Представити методики оцінки ефективності інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світових ринках:

- Графічний аналіз: для наочного представлення ефективності інноваційних стратегій.

- Розрахункові статистичні методи: для кількісної оцінки ефективності стратегій.

4. Провести аналіз сучасних трендів світового ринку високотехнологічної продукції:

- Метод спостереження: для збору даних про сучасні тенденції на ринку.

- Метод логічного узагальнення: для виявлення ключових трендів та їх узагальнення.

5. Виконати бенчмаркінг інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світовому ринку:

- Аналітичні методи порівняння: для порівняння інноваційних стратегій різних компаній.

- Метод систематизації: для організації та представлення результатів бенчмаркінгу.

6. Оцінити значення мережевізації інноваційної діяльності в контексті нарощення міжнародної конкурентоспроможності:

- Метод систематизації: для структурування даних про мережевізацію інноваційної діяльності.

- Метод індукції: для виведення загальних висновків про вплив мережевізації на конкурентоспроможність.

7. Оцінити ефективність імплементації інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями України:

- Графічний аналіз: для візуалізації результатів імплементації стратегій.

- Розрахункові статистичні методи: для кількісної оцінки результатів.

8. Визначити стратегічні пріоритети формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій:

- Метод логічного узагальнення: для формулювання стратегічних пріоритетів на основі зібраної інформації.

- Метод систематизації: для представлення та обґрунтування визначених пріоритетів.

Теоретична значущість дослідження полягає у формуванні нових знань про інноваційні стратегії високотехнологічних компаній, які можуть бути використані для розвитку українських компаній. Практична значущість дослідження полягає у розробці рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності українських високотехнологічних компаній на світових ринках.

Інформаційна база дослідження включає наукові публікації, дані статистичних баз, аналітичні матеріали провідних консалтингових компаній та результати власних досліджень.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 63 сторінки. Робота включає в себе 5 таблиць і 5 рисунків. Список використаних джерел містить 60 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ

1.1 Формування конкурентних переваг високотехнологічних компаній на основі інновацій

У сучасних умовах швидкість адаптації та впровадження інновацій вирішує все. Інновації можна визначити як процес створення нових або покращених продуктів, послуг, технологій або бізнес-моделей, що забезпечують додаткову цінність для споживачів та компаній. У контексті високотехнологічних компаній інновації включають як технологічні досягнення, так і управлінські практики, що сприяють ефективнішому використанню ресурсів та підвищенню продуктивності. Інновації є основою конкурентної переваги, що допомагає компаніям не тільки адаптуватися, але й активно змінювати світ. Вони дозволяють бізнесу розуміти та задовольняти очікування клієнтів, які постійно змінюються. Технологія, яка ще вчора була новітньою, завтра стає мінімальним порогом для покупки. Теорія ресурсів та здібностей (Resource-Based View, RBV)[1] стверджує, що конкурентні переваги компаній залежать від їхніх унікальних ресурсів та компетенцій, які важко скопіювати або замінити. У випадку високотехнологічних компаній такими ресурсами можуть бути патенти, ноу-хау, кваліфікований персонал та розвинені дослідницькі та конструкторські можливості. Успішні компанії постійно оновлюють та покращують свій продукт. Наприклад, Apple щорічно впроваджує нові функції у свої телефони, що дозволяє їм утримувати лояльність клієнтів та залучати нових[2]. Такий підхід гарантує, що вони залишатимуться на піку інновацій, задовольняючи змінні потреби ринку.

Інновації в технологіях не завжди спрямовані на підвищення рівня продажів. Часто вони зосереджені на оптимізації робочих процесів, що значно

знижує витрати. Наприклад, система управління ланцюгом постачань Toyota, відома як Toyota Production System[3] (TPS), знижує витрати та підвищує ефективність виробництва. Впровадження методу "Just In Time" (JIT) скорочує час виробництва та запаси деталей, що дозволяє Toyota швидко реагувати на зміни попиту та забезпечувати високу якість своїх автомобілів. Теорія динамічних здібностей (Dynamic Capabilities Theory)[4] підкреслює здатність компаній швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі через постійне оновлення своїх ресурсів та компетенцій. Це особливо важливо для високотехнологічних компаній, які працюють в умовах швидкого технологічного прогресу та нестабільності ринку. Внаслідок цього компанія змогла закріпити свої позиції на світовому ринку. TPS також успішно застосовується в інших галузях, таких як аерокосмічна промисловість, електроніка та харчова промисловість. Компанії, які впровадили TPS, досягли значних покращень у своїх виробничих процесах, що сприяло підвищенню їх конкурентоспроможності.

Інновації забезпечують конкурентні переваги компаній. У сучасному динамічному ринку здатність швидко впроваджувати нові продукти критична для успіху. До основних видів інноваційних стратегій належать продуктові інновації, процесні інновації та бізнес-модельні інновації[5]. Компанії, які інвестують у дослідження та розробки, створюють унікальні пропозиції, що дозволяє їм захопити більшу частку ринку. Tesla є прикладом компанії, яка використовує інновації для досягнення значної конкурентної переваги. Впровадження електромобілів дозволило їй випередити традиційних виробників автомобілів. Tesla використовує передові технології для створення продуктів, що задовольняють сучасні потреби споживачів у екологічності та ефективності[6]. Завдяки інноваційним технологіям, таким як автопілот, високоефективні акумуляторні батареї та постійні оновлення програмного забезпечення, Tesla змогла створити продукти, які значно відрізняються від традиційних автомобілів. Як зазначає Клейтон Крістенсен у своїй книзі "The Innovator's Dilemma"[7], здатність компанії до інновацій і до створення проривних технологій є вирішальним фактором для досягнення лідерських позицій на ринку. Ці інновації

дозволили компанії не лише зайняти лідируючі позиції на ринку електромобілів, але й встановити нові стандарти в автомобільній промисловості. Постійне вдосконалення технологій та розширення модельного ряду забезпечують Tesla стійку перевагу над конкурентами, що досі намагаються адаптуватися до нових вимог ринку. Інноваційна стратегія Tesla також включає створення інфраструктури для підтримки своїх продуктів, такої як мережа зарядних станцій Supercharger. Це додатково зміцнює позиції компанії, забезпечуючи її клієнтам зручний та надійний спосіб заряджання автомобілів, що підвищує лояльність і задоволеність споживачів. Впроваджуючи такі нововведення, Tesla не тільки випереджає своїх конкурентів, але й формує майбутнє автомобільної галузі, стимулюючи інших виробників до інновацій.

Таким чином, компанії, які постійно впроваджують інновації, здатні отримати значну конкурентну перевагу. Вони можуть виходити на ринок з новими продуктами та послугами, що дозволяє їм захоплювати більшу частку ринку, зміцнювати свої позиції та встановлювати нові стандарти у своїй галузі. Приклад Tesla демонструє, як інноваційний підхід може призвести до революційних змін і стати основою для тривалого успіху на глобальному ринку. Інноваційні продукти та послуги здатні не лише привернути увагу клієнтів, але й утримати їх, пропонуючи унікальний досвід та цінність, які неможливо знайти у конкурентів.

Продуктові інновації включають розробку нових продуктів або покращення існуючих, що дозволяє компаніям задовольняти змінні потреби споживачів та створювати нові ринки. Компанії, які здатні постійно дивувати своїх клієнтів новими рішеннями, забезпечують їхню лояльність та задоволення, що є ключовим фактором у сучасному бізнесі. Важливо не лише задовольнити потреби клієнтів, але й перевершити їхні очікування, створюючи емоційний зв'язок із брендом. Amazon є яскравим прикладом компанії, яка використовує інновації для підвищення лояльності своїх клієнтів. Одним з ключових аспектів стратегії Amazon є безперервне вдосконалення користувацького досвіду через впровадження інноваційних рішень. Наприклад, сервіс Amazon Prime[8], що пропонує швидку та безкоштовну доставку, ексклюзивний доступ до відео- та музичного контенту, а

також інші переваги, значно покращує користувацький досвід. Ця послуга не лише задовольняє потреби клієнтів у швидкій доставці, але й пропонує додаткову цінність, створюючи відчуття привілейованості та особливого ставлення. Це підвищує лояльність клієнтів, оскільки вони отримують більше, ніж очікували, за свої гроші. Крім того, алгоритми рекомендацій Amazon, які базуються на штучному інтелекті, дозволяють компанії пропонувати персоналізовані рекомендації продуктів, що ще більше підвищує задоволеність клієнтів. Інноваційний підхід Amazon до обслуговування клієнтів також включає впровадження таких технологій, як Amazon Alexa. Це голосовий асистент, який дозволяє клієнтам легко здійснювати покупки, керувати домашніми пристроями та отримувати інформацію[9]. Впровадження таких технологій створює унікальний користувацький досвід, який значно відрізняється від пропозицій конкурентів, що дозволяє Amazon утримувати своїх клієнтів та залучати нових. Процесні інновації полягають у впровадженні нових або вдосконалених виробничих процесів, що підвищують ефективність та знижують витрати. Таким чином, інновації відіграють ключову роль у підвищенні лояльності клієнтів, забезпечуючи їм унікальний досвід та додаткову цінність. Компанії, які здатні постійно вдосконалювати свої продукти та послуги, створюють міцний емоційний зв'язок із своїми клієнтами, що є основою для довгострокового успіху. Приклад Amazon демонструє, як інноваційний підхід до обслуговування клієнтів може призвести до підвищення їхньої лояльності та задоволеності, зміцнюючи позиції компанії на ринку.

Завдяки інноваціям компанії можуть значно розширити свою присутність на ринку та залучити нових клієнтів. Інноваційні продукти та послуги відкривають нові можливості для виходу на нові ринки, дозволяючи компаніям збільшити свою ринкову частку і зміцнити свої позиції. Google є яскравим прикладом компанії, яка ефективно використовує інновації для досягнення цих цілей. Google постійно впроваджує нові продукти та послуги, які кардинально змінюють способи взаємодії користувачів з інформацією та технологіями. Одним з найбільш знакових продуктів компанії є Google Maps.

Бізнес-модельні інновації стосуються змін у способах створення, доставки та отримання цінності компанією. Це можуть бути нові методи продажу, партнерські відносини або фінансові моделі. Цей сервіс не лише революціонував спосіб навігації, але й став незамінним інструментом для мільйонів користувачів по всьому світу. Завдяки постійним інноваціям, таким як режим реального часу, функція Street View[10] та інтеграція з іншими сервісами Google, компанія змогла залучити нових користувачів та утримати існуючих, забезпечуючи їм унікальний досвід. Інший важливий продукт, який сприяв розширенню ринкової присутності Google, – це Google Drive. Цей сервіс зберігання та обміну файлами на хмарі дозволив компанії зайняти лідируючі позиції на ринку хмарних рішень. Інноваційні функції, такі як автоматичне збереження, спільна робота в режимі реального часу та інтеграція з іншими сервісами Google, зробили Google Drive привабливим для як для індивідуальних користувачів, так і для бізнесу. Це дозволило Google розширити свою присутність на корпоративному ринку та залучити велику кількість нових користувачів. Інноваційні продукти та послуги, які Google постійно впроваджує, не лише залучають нових користувачів, але й дозволяють компанії вийти на нові ринки та зміцнити свої позиції на існуючих. Завдяки інноваціям Google вдалося створити екосистему продуктів та послуг, які взаємодіють між собою, підвищуючи загальну цінність для користувачів та забезпечуючи їхню лояльність. Це дозволило компанії не тільки збільшити свою ринкову частку, але й зміцнити свій бренд як лідера у сфері технологій та інновацій. Таким чином, інновації є ключовим фактором, що дозволяє компаніям розширювати свою ринкову присутність та залучати нових клієнтів. Приклад Google демонструє, як постійне впровадження нових продуктів та послуг може сприяти зростанню ринкової частки і зміцненню позицій компанії на глобальному ринку.

Інноваційні компанії сприймаються як лідери у своїй галузі, що значно покращує їхню репутацію та приваблює інвесторів і партнерів. Постійні інвестиції у розвиток нових технологій та продуктів допомагають таким компаніям зміцнювати свій імідж та довіру клієнтів. Microsoft є видатним прикладом компанії, яка завдяки інноваціям змогла не тільки утримати позиції лідера, але й постійно

зміцнювати свою репутацію в галузі технологій. Інноваційні проекти Microsoft, такі як хмарна платформа Azure, стали символом прагнення компанії до постійного вдосконалення та лідерства в галузі[11]. Цей проект демонструє не лише технічну компетентність компанії, але й її здатність втілювати передові технології у реальність, що робить обчислювальні процеси швидшими та зручнішими для клієнтів. Впровадження хмарних рішень стало революційним кроком, що привернув увагу як споживачів, так і інвесторів, підвищуючи довіру до компанії та її здатність втілювати сміливі ідеї. Крім того, Microsoft активно розвиває свої можливості в сфері штучного інтелекту та машинного навчання, що ще більше зміцнює її репутацію як інноваційного лідера. Наприклад, використання алгоритмів штучного інтелекту для розробки інструментів, таких як Microsoft Cortana і Azure AI, дозволяє компанії не тільки підвищити ефективність, але й створити унікальний досвід для користувачів. Це не лише покращує задоволення клієнтів, але й сприяє залученню нових партнерів, які прагнуть співпрацювати з технологічно просунутим лідером.

Інновації можуть значно допомогти компаніям адаптуватися до мінливих умов ринку та нових технологій, що в свою чергу знижує їхні ризики. Завдяки впровадженню інноваційних рішень, компанії стають більш гнучкими і здатними швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Це дозволяє їм знижувати залежність від зовнішніх факторів та забезпечувати стабільність бізнесу, навіть у нестабільних умовах ринку. IBM є яскравим прикладом компанії, яка успішно використовує інновації для зниження ризиків та підвищення своєї гнучкості. У відповідь на швидкі зміни у технологічному ландшафті, IBM активно впроваджує нові технології, зокрема штучний інтелект (ШІ) та хмарні обчислення[12]. Ці інновації не лише дозволили компанії оптимізувати свої внутрішні процеси, але й забезпечили стабільність і передбачуваність у їхньому бізнесі. Одним з ключових інноваційних рішень IBM стало впровадження платформи IBM Watson, яка використовує штучний інтелект для аналізу великих обсягів даних. Це дозволяє компанії приймати більш обґрунтовані рішення та швидко адаптуватися до змін ринку. Використання ШІ допомагає виявляти потенційні проблеми та ризики на

ранніх стадіях, що дозволяє проводити необхідні коригувальні дії задовго до того, як вони стануть критичними. Крім того, перехід IBM до хмарних обчислень дозволив компанії знизити залежність від фізичної інфраструктури та забезпечити більшу гнучкість у своїх операціях. Хмарні рішення забезпечують надійність і масштабованість, що дозволяє IBM швидко адаптуватися до змін у попиті та оптимізувати свої ресурси в режимі реального часу. Це значно знижує операційні ризики та забезпечує стабільність бізнесу, навіть у випадку непередбачуваних змін у зовнішньому середовищі. Таким чином, інновації є потужним інструментом для зниження ризиків та підвищення гнучкості компаній. Вони дозволяють швидко адаптуватися до змін ринку, забезпечувати стабільність бізнесу та знижувати залежність від зовнішніх факторів. Приклад IBM демонструє, як стратегічні інновації можуть стати основою для успішного управління ризиками та забезпечення довгострокової стабільності компанії.

Усі вищеназвані форми інновацій та їх життєві цикли можуть бути охарактеризовані через Модель Осло[13], що описує етапи інноваційного циклу: винахід, впровадження, зростання, зрілість та спад. На етапі винаходу генерується та розробляється нова ідея. Це включає дослідження, розробку прототипів та тестування. Ідея проходить початкові стадії оцінки та визначення її потенційної цінності. Успішні винаходи часто народжуються у дослідницьких лабораторіях та інноваційних центрах компаній, де проводиться фундаментальна наукова робота та експерименти. Цей етап є критичним для визначення життєздатності інновації та її перспектив на ринку. Етап впровадження включає маркетинг, продаж та розповсюдження нового продукту або послуги. Компанії розробляють стратегію виходу на ринок, визначають цільову аудиторію і активно просувають свою інновацію. Впровадження може також включати адаптацію продукту або послуги до потреб ринку та впровадження зворотного зв'язку від клієнтів для подальшого вдосконалення. На етапі зростання нова ідея набуває широкого визнання та прийняття. Це призводить до зростання продажів, прибутку та ринкової частки. Компанія активно розширює свою присутність на ринку, збільшуючи обсяги виробництва та покращуючи якість продукції. Зростання супроводжується

посиленням конкуренції, оскільки інші компанії намагаються копіювати або перевершити інновацію. У цей період важливо забезпечити постійну інноваційну діяльність для підтримки темпів зростання. Етап зрілості характеризується зниженням темпів зростання та посиленням конкуренції, а прибутки стабілізуються або починають зменшуватися. Компанія повинна шукати нові шляхи для підтримки свого лідерства та уникнення занепаду. Важливо зосередитися на підвищенні ефективності, оптимізації витрат і пошуку нових ринкових можливостей. У цей період також важливі стратегічні альянси та партнерства. На етапі спаду нова ідея стає застарілою та витісняється новими інноваціями. Це призводить до зниження продажів, прибутку та ринкової частки. Компанія може зіткнутися з необхідністю закриття або реструктуризації окремих підрозділів. Важливо своєчасно реагувати на зміни ринку і розробляти нові інноваційні рішення для збереження своїх позицій. Успішне управління на цьому етапі може включати диверсифікацію продуктового портфеля або входження на нові ринки.

Модель Осло детально описує етапи інноваційного циклу від зародження ідеї до її виходу на ринок, зростання, зрілості та можливого спаду. Кожен з цих етапів вимагає специфічних стратегій та підходів для успішного управління інноваційними процесами. Використання моделі Осло допомагає компаніям ефективніше планувати та реалізовувати свої інноваційні стратегії, знижуючи ризики та забезпечуючи стійкий розвиток у мінливих умовах ринку.

Інновації є ключовим фактором забезпечення конкурентних переваг високотехнологічних компаній. У сучасних умовах здатність швидко адаптуватися до змін ринку та впроваджувати нові продукти і послуги є вирішальною для успіху компанії. Винахідницька діяльність, впровадження інновацій, зростання, зрілість та спад – усі ці етапи інноваційного циклу мають свої специфічні виклики та вимоги, які необхідно враховувати для досягнення стабільного розвитку та зростання. Важливість інновацій полягає не лише у створенні нових продуктів, але й у здатності компаній удосконалювати свої процеси та бізнес-моделі. Продуктові інновації, такі як нові технологічні рішення або покращені продукти, дозволяють

компаніям залучати нових клієнтів і задовольняти потреби існуючих. Процесні інновації спрямовані на підвищення ефективності та зниження витрат, що забезпечує конкурентну перевагу через оптимізацію внутрішніх процесів. Інновації в бізнес-моделі допомагають компаніям адаптуватися до нових умов ринку, пропонуючи нові способи монетизації та структури цін, що створює додаткову цінність для клієнтів. Модель Осло, яка детально описує етапи інноваційного циклу, надає цінні орієнтири для компаній, які прагнуть ефективно управляти своїми інноваційними процесами. Від генерації ідей до впровадження на ринок, зростання, зрілості та можливого спаду – кожен етап вимагає ретельного планування і стратегічних рішень. Використання цієї моделі дозволяє компаніям знижувати ризики та забезпечувати стійкий розвиток у мінливих умовах ринку.

Отже, інновації є невід'ємною частиною стратегії розвитку високотехнологічних компаній. Вони допомагають не лише адаптуватися до змін, але й активно впливати на ринок, створюючи нові стандарти та встановлюючи лідерські позиції у своїх галузях. Приклади таких компаній, як Tesla, Amazon, та Google, демонструють, як стратегічне впровадження інновацій може призвести до тривалого успіху та зростання на глобальному рівні.

Таким чином, компанії, які постійно впроваджують інновації, здатні отримати значну конкурентну перевагу. Вони можуть виходити на ринок з новими продуктами та послугами, що дозволяє їм захоплювати більшу частку ринку, зміцнювати свої позиції та встановлювати нові стандарти у своїй галузі.

Крім того, інновації сприяють підвищенню ефективності внутрішніх процесів компаній, що знижує витрати та покращує якість продукції. Впровадження нових технологій та методів управління дозволяє компаніям бути більш гнучкими і швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, забезпечуючи довгострокову стабільність і зростання.

1.2 Механізми розробки та впровадження корпоративних інноваційних стратегій

Розробка інноваційної стратегії є складним і багатокроковим процесом, що включає кілька важливих етапів. Перший крок у цьому процесі – це ретельний аналіз ринку. На цьому етапі проводиться вивчення поточних ринкових умов, тенденцій та трендів. Важливим інструментом аналізу є SWOT-аналіз[13.5], який дозволяє виявити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози у зовнішньому середовищі. Це допомагає компанії зосередитися на розробці інновацій, які мають високі шанси на успіх. Наприклад, дослідження ринку можуть вказувати на незадоволені потреби споживачів, які можна задовольнити новими продуктами чи послугами. Це дозволяє компанії орієнтуватися на конкретні сегменти ринку і розробляти продукти з високим потенціалом[14].

Після аналізу ринку наступним кроком є визначення стратегічних цілей за методикою SMART[15]. Ця методика передбачає, що цілі мають бути конкретними, вимірюваними, досяжними, релевантними і обмеженими в часі. Конкретність цілей допомагає чітко розуміти, що саме має бути досягнуто, забезпечуючи ясність і фокус для всієї команди. Вимірюваність дозволяє об'єктивно оцінити прогрес і досягнення, використовуючи кількісні показники, що сприяє точному моніторингу та корекції дій у процесі реалізації стратегії. Досяжність цілей гарантує, що вони є реалістичними і здійсненими з урахуванням наявних ресурсів та обставин. Це мотивує команду, оскільки люди розуміють, що цілі є амбітними, але все ж досяжними. Релевантність забезпечує, що цілі відповідають загальній стратегії компанії та її основним цінностям, що сприяє узгодженості дій і концентрації на найважливіших аспектах розвитку. Обмеженість у часі передбачає встановлення чітких термінів для досягнення цілей, що допомагає уникнути зволікань і сприяє більш ефективному використанню часу та ресурсів. Наприклад, якщо метою є розробка нового продукту, встановлення конкретного

дедлайну для кожного етапу проекту допоможе тримати процес під контролем і своєчасно коригувати дії у разі відхилень.

Визначення чітких та вимірюваних цілей дозволяє компанії зосередити ресурси на досягненні найважливіших напрямків розвитку. Це включає фінансові, людські та технологічні ресурси, які можуть бути оптимально розподілені для досягнення максимального результату. Цілі інноваційної стратегії мають бути тісно пов'язані з загальною стратегією компанії, що забезпечує узгодженість дій та сприяє досягненню важливих результатів. Інші методики також можуть бути застосовані в залежності від специфіки діяльності компанії та її стратегічних потреб. Наприклад, Balanced Scorecard[16] (збалансована система показників) є іншим ефективним інструментом, який використовується для визначення та моніторингу стратегічних цілей, зосереджуючись на фінансових, клієнтських, внутрішніх бізнес-процесах та навчанні і розвитку. Загалом, ефективне визначення цілей є критично важливим для успішної реалізації інноваційної стратегії. Це допомагає забезпечити концентрацію зусиль на ключових аспектах, підвищити ефективність використання ресурсів і сприяти досягненню бажаних результатів у встановлені терміни. Успішні компанії, такі як Microsoft та Google, широко використовують методику SMART для визначення своїх стратегічних цілей, що допомагає їм залишатися лідерами в своїх галузях і постійно впроваджувати інновації.

Після визначення цілей необхідно розробити детальний план дій, який включає конкретні заходи для їх досягнення. План дій повинен містити строки виконання, відповідальних осіб, необхідні ресурси та очікувані результати. Важливо також враховувати ризики та планувати заходи з їх мінімізації. Використання таких методологій, як Agile та дизайн-мислення (Design Thinking), дозволяє розробляти гнучкі плани, які можуть швидко адаптуватися до змін на ринку. Це забезпечує ефективну реалізацію інноваційної стратегії та підвищує шанси на успіх.

Методологія Agile, що виникла у сфері розробки програмного забезпечення, стала однією з найпопулярніших методик управління проектами завдяки своїй

гнучкості та здатності швидко адаптуватися до змін[17]. Agile підхід базується на ітеративному процесі, де робота розбивається на короткі цикли, звані спринтами. Кожен спринт триває від одного до чотирьох тижнів і завершується конкретним результатом. Це дозволяє командам регулярно переглядати і адаптувати свій підхід, враховуючи зворотний зв'язок від користувачів і нові дані про ринок.

Детальніше ознайомитися із методологією Agile можна на рис. 1.1. На прикладі розробки програмного забезпечення процес проходить через декілька етапів. Планування включає в себе погляд на проект з перспективи кінцевого користувача. Дизайн дозволяє створити кінцевий вигляд продукту і доповнити або виправити план, що робить його ближчим до практичної реалізації. Після цього настає безпосередній етап розробки, результат якої обов'язково має бути протестований. Наступні кроки включають в себе розгорнення продукту, огляд того як він функціонує в реальних умовах і безпосередній запуск.

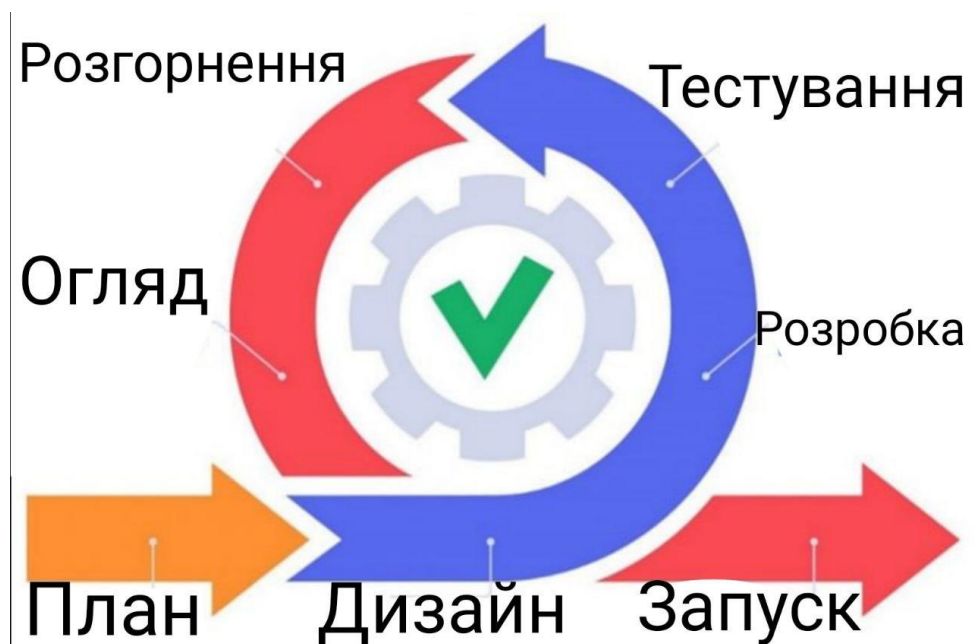


Рисунок 1.1 – Схематика процесу за методологією Agile

Джерело [18]

Однією з ключових переваг Agile є можливість швидко реагувати на зміни вимог та умов ринку. Команди можуть миттєво змінювати пріоритети, перерозподіляти ресурси і коригувати свої дії відповідно до нових викликів та можливостей. Ця гнучкість є особливо цінною в умовах сучасного динамічного ринку, де інноваційні продукти та послуги повинні швидко адаптуватися до нових

реалій. Agile також сприяє тісній співпраці між командами і клієнтами, що забезпечує кращу відповідність кінцевого продукту потребам ринку.

SCRUM є однією з найвідоміших методологій в рамках Agile. Вона передбачає чітко визначені ролі, такі як власник продукту, скрам-майстер і команда розробників. Власник продукту відповідає за формування бачення продукту та визначення пріоритетів, скрам-майстер слідкує за процесом та усуває перешкоди, а команда розробників реалізує завдання. Процес SCRUM розділений на спринти, під час яких команда зосереджена на виконанні завдань зі списку (беклогу) продукту. Кожен спринт завершується демонстрацією результатів та ретроспективою, що дозволяє команді аналізувати свою роботу та вдосконалювати процес.

Design Thinking (дизайн-мислення) — це методологія вирішення проблем, яка ґрунтується на глибокому розумінні потреб користувачів[19]. Вона включає кілька етапів: емпатія, визначення проблеми, генерація ідей, створення прототипів і тестування. На етапі емпатії команда занурюється в дослідження, щоб зрозуміти потреби, бажання та проблеми користувачів. Це дозволяє створити більш цінні та релевантні рішення.

Етап визначення проблеми полягає у формулюванні основних викликів, з якими стикаються користувачі, та конкретизації задачі. Генерація ідей включає мозковий штурм, під час якого команда розробляє широкий спектр можливих рішень без обмежень. Далі йде етап створення прототипів, на якому розробляються швидкі моделі можливих рішень, що дозволяє візуалізувати ідеї та підготувати їх до тестування. Тестування — це перевірка прототипів з реальними користувачами для отримання зворотного зв'язку та вдосконалення рішень.

Design Thinking сприяє інноваціям, допомагаючи командам створювати продукти та послуги, які дійсно відповідають потребам користувачів. Вона дозволяє зосередитися на кінцевому споживачеві і використовувати його досвід для керування процесом розробки. Наприклад, компанія Procter & Gamble використовує дизайн-мислення для розробки нових продуктів, що дозволяє їм більш точно відповідати потребам ринку та забезпечувати високу якість.

Використання методологій Agile та Design Thinking у процесі розробки інноваційних стратегій дозволяє компаніям бути гнучкими та адаптивними, швидко реагувати на зміни та забезпечувати високу якість продуктів та послуг. Ці підходи не тільки допомагають досягати поставлених цілей, але й створюють умови для сталого розвитку та конкурентних переваг на ринку. Отже, розробка детального плану дій із використанням Agile, включаючи SCRUM, та дизайн-мислення забезпечує ефективну реалізацію інноваційної стратегії, сприяє швидкій адаптації до змін та підвищує шанси на успіх. Використання цих методологій дозволяє компаніям зосередитися на найважливіших аспектах розвитку, зменшувати ризики та максимізувати ефективність своїх інноваційних зусиль.

На етапі впровадження компанія починає активне реалізування розробленої стратегії. Це може включати розробку нових продуктів, запуск маркетингових кампаній, зміни у виробничих процесах та інші заходи, спрямовані на досягнення стратегічних цілей. Важливо забезпечити належний контроль та моніторинг виконання плану, щоб своєчасно виявляти відхилення і вносити необхідні коригування. Використання ключових показників ефективності (KPI) дозволяє оцінювати прогрес та забезпечувати досягнення поставлених цілей.

Після впровадження стратегії важливо регулярно оцінювати її ефективність і вносити необхідні коригування. Це включає аналіз досягнутих результатів, порівняння їх із запланованими цілями і визначення напрямків для подальшого вдосконалення. Постійний моніторинг та адаптація стратегії до змінних умов ринку є ключовими для забезпечення довгострокового успіху компанії. Це також дозволяє компанії залишатися гнучкою та готовою до реагування на нові виклики та можливості.

Дослідження і розробки (R&D) відіграють критичну роль у формуванні інноваційних стратегій компаній. Вони є головним джерелом нових ідей та технологій, що дозволяє компаніям створювати унікальні продукти і послуги. Інвестиції в R&D забезпечують компаніям можливість залишатися на передовій лінії технологічного прогресу. R&D є основою для розробки нових продуктів та послуг, які можуть задовольняти зростаючі потреби споживачів. Важливо також

постійно вдосконалювати існуючі продукти та технології, забезпечуючи їх відповідність сучасним вимогам ринку. Це допомагає компаніям підтримувати високий рівень конкурентоспроможності.

Крім того, R&D сприяє оптимізації внутрішніх процесів компанії. Впровадження нових технологій та методів виробництва, розроблених у рамках R&D, може значно підвищити ефективність виробничих процесів, знизити витрати і покращити якість продукції. Це дозволяє компанії пропонувати споживачам більш конкурентоспроможні ціни. Важливою є співпраця з зовнішніми партнерами. Співпраця з університетами, науково-дослідними інститутами та іншими компаніями дозволяє обмінюватися знаннями і технологіями, що значно прискорює процес розробки нових продуктів. Відкриті інновації (open innovation), концепція, популяризована Генрі Чесбро в його книзі "Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology"[20], стають все більш популярними, оскільки дозволяють компаніям використовувати зовнішні ідеї та технології для доповнення власних розробок. Таким чином, дослідження і розробки є основою інноваційної діяльності компаній, забезпечуючи їм конкурентні переваги, підвищуючи ефективність виробництва, підтримуючи стійкий розвиток та залучаючи талановитих фахівців. Інвестиції в R&D є стратегічно важливими для компаній, які прагнуть залишатися лідерами на ринку і забезпечувати довгостроковий успіх.

Методи залучення інновацій можна розділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні інновації генеруються та розробляються співробітниками компанії. Ці інновації можуть бути стимульовані за допомогою програм збору ідей, конкурсів інновацій та інших ініціатив. Наприклад, компанія може створити внутрішній інкубатор або лабораторію для розвитку нових проектів. Важливо створити середовище, яке заохочує творчість і експериментування. Зовнішні інновації генеруються та розробляються зовнішніми джерелами, такими як клієнти, постачальники, партнери та університети. Ці інновації можуть бути залучені за допомогою краудсорсингу, відкритих інновацій та інших методів. Відкриті інновації передбачають активну співпрацю з зовнішніми джерелами для

генерування та розробки нових ідей. Цей підхід дозволяє компаніям використовувати зовнішні знання та технології для доповнення власних інноваційних зусиль.

Для успішного управління інноваціями компанії використовують різні інструменти та методи. Агільні методології (Agile) є підходом до розробки програмного забезпечення, який передбачає розбивку проекту на короткі ітерації. Це дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни та вносити вдосконалення в свої інновації. Використання Agile методологій допомагає забезпечити ефективне управління проектами та досягнення високих результатів. Дизайн-мислення (Design Thinking) є методом вирішення проблем, що ґрунтується на емпатії до користувачів. Цей підхід допомагає компаніям розробляти інновації, які відповідають потребам клієнтів. Використання дизайн-мислення дозволяє підвищити якість продуктів та послуг, а також задоволеність клієнтів.

Загалом, успішна розробка та впровадження корпоративних інноваційних стратегій вимагає комплексного підходу, що включає детальний аналіз ринку, визначення чітких цілей, розробку гнучких планів дій, активне впровадження інновацій та постійне вдосконалення процесів. Використання сучасних інструментів та методів управління інноваціями забезпечує компаніям конкурентні переваги та довгостроковий успіх.

Інновації є невід'ємною частиною стратегії розвитку високотехнологічних компаній. Вони допомагають не лише адаптуватися до змін, але й активно впливати на ринок, створюючи нові стандарти та встановлюючи лідерські позиції у своїх галузях. Компанії, які впроваджують інновації, здатні отримати значну конкурентну перевагу, залучати нових клієнтів і задовольняти потреби існуючих, підвищувати ефективність внутрішніх процесів та забезпечувати довгострокову стабільність і розвиток. Приклади таких компаній, як Tesla, Amazon та Google, демонструють, як стратегічне впровадження інновацій може призвести до тривалого успіху та зростання на глобальному рівні.

1.3 Методики оцінки ефективності інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світових ринках

Оцінка ефективності інноваційних стратегій є критично важливим елементом для високотехнологічних компаній, які прагнуть успішно конкурувати на глобальних ринках. Вона дозволяє визначити, наскільки успішно впроваджені інновації сприяють досягненню стратегічних цілей компанії. Інновації часто вимагають значних фінансових, людських та часових ресурсів, тому важливо мати надійні методи оцінки їх ефективності. Це допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо подальших інвестицій і коригування стратегій для досягнення максимальної віддачі від інноваційних ініціатив.

Одним із основних показників, що використовується для оцінки економічної ефективності інвестицій, є рентабельність інвестицій (ROI – return on investment)[21]. ROI розраховується як співвідношення чистого прибутку від інвестицій до суми інвестованих коштів. Високий показник ROI свідчить про успішність інноваційного проекту, оскільки він вказує на високий рівень прибутковості від вкладених інвестицій. Це дозволяє компаніям оцінювати не лише абсолютний прибуток, але й ефективність використання капіталу, порівнюючи різні інноваційні проекти між собою. ROI може бути розрахований за наступною формулою:

$$ROI = (\text{Поточна вартість інвестиції} - \text{Ціна інвестиції}) / \text{Ціна інвестиції} \quad (1.1)$$

Чиста теперішня вартість (NPV – Net Present Value)[22] є ще одним важливим показником, що використовується для оцінки інноваційних проектів. NPV визначається як дисконтована вартість майбутніх грошових потоків, пов'язаних з проектом, за вирахуванням початкових інвестицій. Якщо NPV позитивний, це означає, що проект створює вартість для компанії. Цей показник дозволяє оцінити довгострокову вигоду від інноваційного проекту, враховуючи часовий фактор вартості грошей. Високий NPV свідчить про те, що проект має

потенціал для значного внеску у фінансові результати компанії. Короткостроковий NPV можна розрахувати за наступною формулою:

$$NPV = \text{Потік коштів} / (1+i)^t, \quad (1.2)$$

де i = необхідне повернення дисконтної ставки

t = кількість періодів часу

У випадку, якщо NPV потрібно розрахувати на довгостроковий період, то для цього може бути використана ця формула:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{R_t}{(1+i)^t}, \quad (1.3)$$

де R_t = чистий приплив-відтік грошових коштів протягом одного періоду t

i = необхідне повернення дисконтної ставки

t = кількість періодів часу

Внутрішня норма рентабельності (IRR – Internal Rate of Return)[23] також використовується для оцінки ефективності інноваційних проектів. IRR визначається як дисконтована ставка, при якій NPV проекту дорівнює нулю. Високий показник IRR свідчить про те, що інноваційний проект має потенціал для високої прибутковості. IRR використовується для порівняння інноваційних проектів з різними рівнями ризику і допомагає компаніям приймати рішення щодо найефективнішого використання інвестиційних ресурсів. Цей показник є корисним інструментом для оцінки фінансової привабливості проектів у порівнянні з іншими інвестиційними можливостями. IRR може бути прорахований за формулою:

$$0 = NPV = \sum_{t=1}^T \frac{C_t}{(1+IRR)^t} - C_0, \quad (1.4)$$

де C_t = Чистий притік грошових коштів протягом періоду t

C_0 = Загальні початкові інвестиційні витрати

t = Кількість періодів часу

Крім того, для оцінки ефективності інноваційних стратегій можуть використовуватися інші показники, такі як час окупності інвестицій, ринкова частка, рівень задоволеності клієнтів і кількість патентів. Час окупності інвестицій дозволяє визначити, скільки часу знадобиться для того, щоб проект почав генерувати чистий прибуток, що перевищує початкові інвестиції. Ринкова частка вказує на те, яку частину ринку займає компанія з інноваційними продуктами чи послугами. Рівень задоволеності клієнтів вимірює ступінь задоволеності споживачів інноваційними продуктами або послугами, а кількість патентів свідчить про інноваційну активність компанії. Ці показники допомагають оцінити як фінансові, так і нефінансові аспекти успішності інноваційних стратегій.

Балансова карта є інструментом стратегічного менеджменту, який дозволяє зв'язати стратегію компанії з її операційною діяльністю. Вона використовується для оцінки інноваційної діяльності компанії, визначаючи ключові показники успішності (KPI)[24] для різних аспектів інновацій. Наприклад, балансова карта може включати показники для оцінки інновацій у продуктах, процесах, маркетингу та організації. Це дозволяє створити комплексну систему оцінки, яка враховує всі важливі аспекти діяльності компанії та сприяє досягненню стратегічних цілей.

Інновації в продуктах можуть оцінюватися за кількістю нових продуктів або послуг, які розробляє компанія. Це може включати як абсолютно нові продукти, так і вдосконалення існуючих. Інновації в процесах включають оцінку нових методів або технологій, які використовуються компанією для виробництва своїх продуктів або послуг. Це може стосуватися як виробничих процесів, так і процесів управління та підтримки. Інновації в маркетингу можуть бути оцінені за новими підходами до маркетингу та продажу продуктів або послуг. Вони включають нові стратегії просування, канали збуту та методи взаємодії з клієнтами. Інновації в організації включають оцінку нових структур або процесів, які використовуються

компанією для управління своїми інноваціями. Це може стосуватися як внутрішньої організації, так і взаємодії з зовнішніми партнерами та постачальниками.

Ключові показники продуктивності (KPI) є вимірюваними показниками, які використовуються для відстеження прогресу інноваційних проектів. KPI повинні бути конкретними, вимірюваними, досяжними, відповідними та обмеженими за часом (SMART). Приклади KPI для інноваційних проектів включають кількість нових ідей, час розробки, рівень успішності запуску, рентабельність інвестицій (ROI) та чисту теперішню вартість (NPV). Визначення та моніторинг цих показників дозволяє компаніям своєчасно виявляти проблеми та приймати необхідні коригуючі дії для забезпечення успішного завершення проектів.

У цьому контексті концепція "Blue Ocean Strategy"[25] В. Чан Кіма та Рене Моборн є надзвичайно важливою. Вона підкреслює необхідність створення нових ринкових просторів, де конкуренція мінімальна, а інновації можуть процвітати. Стратегія "блакитного океану" пропонує компаніям виходити за межі традиційних ринкових обмежень і шукати можливості там, де конкуренція не є настільки жорсткою. Це дозволяє компаніям зосередитися на створенні унікальних продуктів і послуг, які задовольняють нові або недостатньо обслуговувані потреби споживачів.

"Blue Ocean Strategy" передбачає використання інноваційних підходів для створення нових ринків та підвищення вартості продуктів та послуг. Компанії, які застосовують цю стратегію, уникають прямої конкуренції з існуючими гравцями ринку і натомість створюють власні, унікальні ринки. Це дозволяє їм встановлювати нові стандарти і вимоги, які стають важливими для споживачів.

Кількість нових ідей вимірює інноваційну активність компанії за кількістю генерованих ідей протягом певного періоду часу. Це показує, наскільки компанія спроможна генерувати нові та креативні рішення для своїх продуктів та послуг. Час розробки вказує на тривалість процесу створення нового продукту або послуги. Це допомагає оцінити ефективність процесів розробки та виявляти можливості для їх оптимізації. Рівень успішності запуску вимірює частку нових продуктів або послуг,

які успішно виходять на ринок. Це показує здатність компанії ефективно впроваджувати нові розробки та задовольняти потреби ринку.

Рентабельність інвестицій (ROI) оцінює економічну ефективність інноваційного проекту, а чиста теперішня вартість (NPV) визначає його довгострокову вигоду. Обидва ці показники дозволяють оцінити фінансову віддачу від інноваційних проектів і приймати обґрунтовані рішення щодо інвестицій у майбутні інновації. Використання цих показників у комплексі дозволяє компаніям більш точно оцінювати ефективність своїх інноваційних стратегій. Таким чином, оцінка ефективності інноваційних стратегій є важливою складовою успіху високотехнологічних компаній на світових ринках. Використання різних методик та інструментів дозволяє компаніям точно вимірювати результати своєї інноваційної діяльності, вчасно вносити коригування та забезпечувати довгостроковий розвиток і конкурентоспроможність. Це допомагає компаніям залишатися на передовій позиції у своїй галузі, швидко адаптуватися до змін на ринку та забезпечувати стійке зростання.

РОЗДІЛ 2

СВІТОВИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ КОМПАНІЯМИ

2.1 Сучасні тренди світового ринку високотехнологічної продукції

Сучасний ринок високотехнологічної продукції активно розвивається завдяки впровадженню інноваційних технологій, таких як Інтернет речей (IoT), штучний інтелект (ШІ), великі дані (Big Data) та блокчейн (Blockchain). Ці технології кардинально змінюють підходи до управління бізнесом, виробництва та взаємодії з клієнтами, сприяючи підвищенню ефективності, безпеки та інноваційності. У цьому підпункті розглянемо основні тренди та перспективи розвитку цих технологій на світовому ринку.

Інтернет речей (IoT) є однією з ключових технологій, що дозволяє підключати різні фізичні пристрої до Інтернету для збору, обміну та аналізу даних. Ці пристрої можуть включати побутові прилади, автомобілі, промислове обладнання та міську інфраструктуру. Основна мета IoT полягає у створенні "розумної" екосистеми, де пристрої спілкуються між собою та з іншими системами, автоматизуючи процеси та підвищуючи якість життя. Наприклад, у сфері промисловості IoT використовується для моніторингу та управління виробничими процесами, що дозволяє підвищити ефективність, знизити витрати та поліпшити якість продукції. У книзі "Internet of Things: Principles and Paradigms"[26] під редакцією Раджжумар Буйя і Амір Вахід Дастджерді детально розглядаються принципи і парадигми IoT, що робить цей ресурс надзвичайно цінним для розуміння цієї технології. У сфері розумного дому IoT-технології дозволяють автоматизувати управління побутовими приладами, системами освітлення, опалення та безпеки, що підвищує комфорт і знижує енергоспоживання. Крім того, IoT знаходить застосування у створенні розумних міст, де зібрані дані використовуються для оптимізації транспортних систем, управління енергоресурсами, моніторингу стану навколишнього середовища та забезпечення безпеки громадян. За даними Statista зображеними в графіку на рис. 2.1, прогнозується, що до 2030 року кількість підключених IoT-пристроїв досягне 29.42 мільярдів, що свідчить про стрімке зростання інтересу до цієї технології та її впливу на різні аспекти життя і бізнесу.

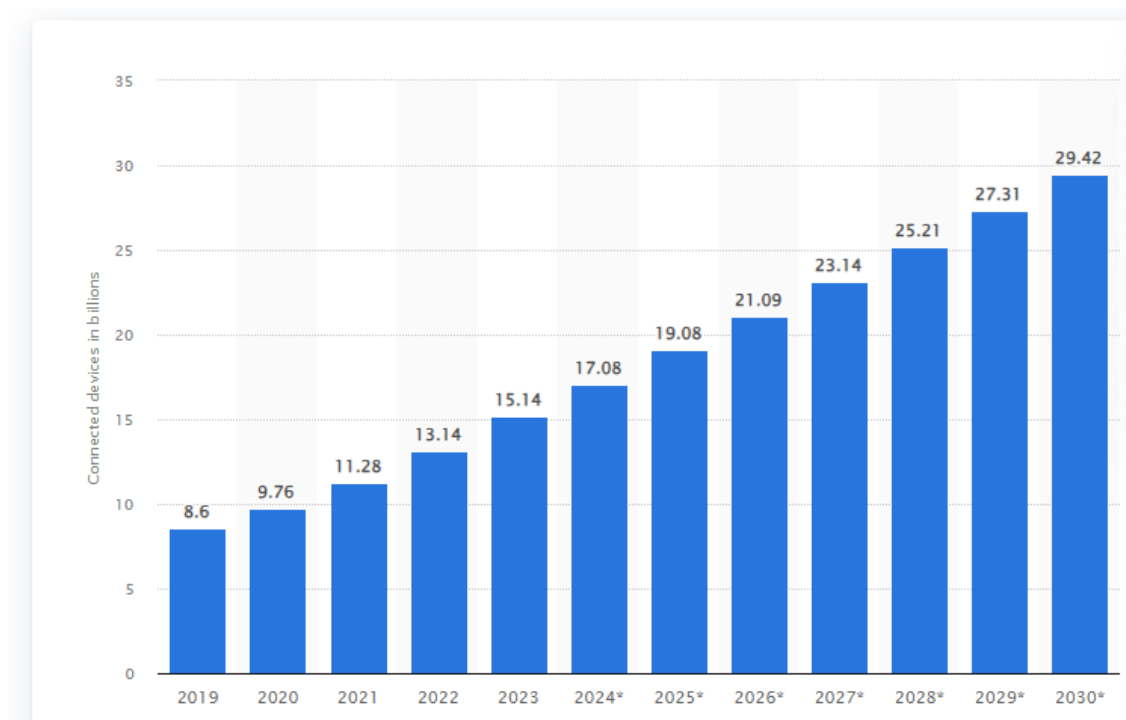


Рисунок 2.1 – Прогнозування IoT пристроїв у млрд. дол. США

Джерело [27]

Штучний інтелект (ШІ) займається розробкою систем, здатних виконувати завдання, які зазвичай вимагають людського інтелекту, такі як машинне навчання, обробка природної мови, розпізнавання образів та ухвалення рішень. ШІ дозволяє компаніям створювати нові продукти, оптимізувати процеси та покращувати якість обслуговування клієнтів. У книзі "Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans"[28] Мелані Мітчелл детально пояснює, як працюють сучасні системи ШІ та як вони можуть бути застосовані у бізнесі для досягнення стратегічних цілей. Наприклад, машинне навчання використовується для аналізу великих обсягів даних і створення передбачувальних моделей, які допомагають приймати обґрунтовані бізнес-рішення. Обробка природної мови дозволяє створювати чат-боти та віртуальні асистенти, що можуть автоматично відповідати на запити клієнтів, знижуючи навантаження на кол-центри. Комп'ютерний зір використовується для автоматизованих систем контролю якості та розпізнавання облич. У сфері робототехніки ШІ створює автономні системи, здатні виконувати складні завдання без участі людини. За даними NovaOne Advisors зображеними в

графіку на рис. 2.2, ринок ШІ досягне 2,608.29 млрд. до 2032 року, з середньорічним темпом зростання на рівні 19.1% з 2023 по 2032 рік.

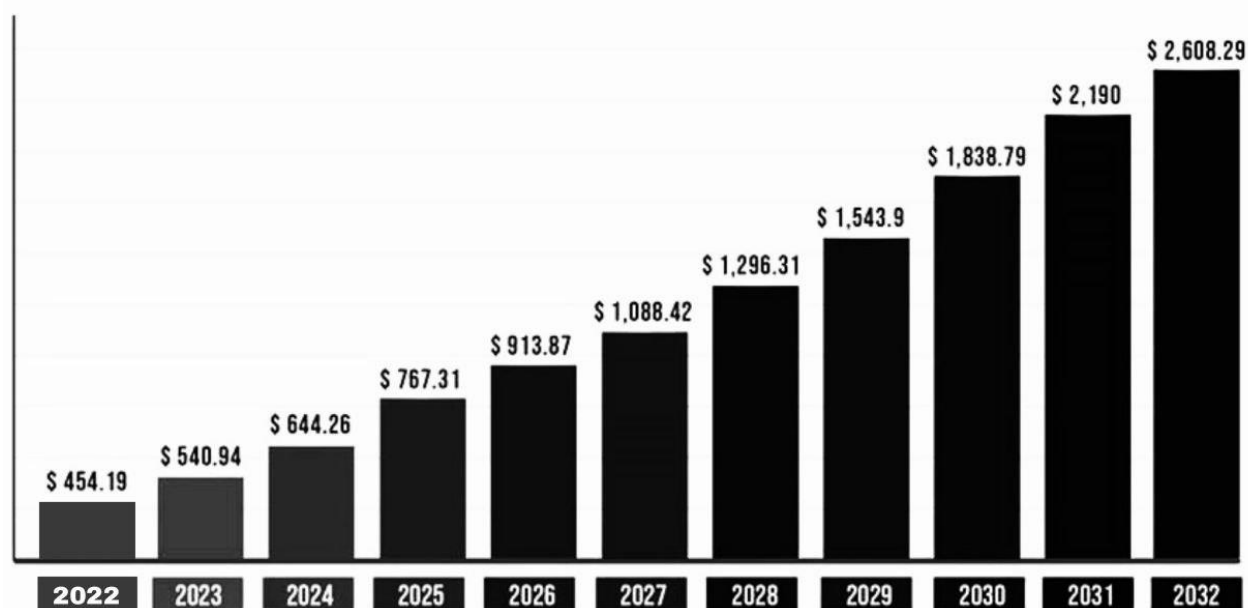


Рисунок 2.2 – Прогнозування розміру ринку штучного інтелекту, млрд. дол. США

Джерело [29]

Великі дані (Big Data) дозволяють компаніям аналізувати великі обсяги структурованих і неструктурованих даних для отримання інсайтів, оптимізації процесів і прийняття стратегічних рішень. Використання Big Data сприяє інноваціям, підвищенню ефективності та конкурентоспроможності. У книзі "Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think"[30] за авторством Віктора Майєр-Шенбергера та Кеннета Кюкієра детально аналізують, як великі дані змінюють сучасний світ, відкриваючи нові можливості для бізнесу та суспільства. Наприклад, аналіз даних допомагає компаніям краще розуміти поведінку споживачів, персоналізувати продукти та послуги, а також оптимізувати маркетингові кампанії. Аналіз даних з соціальних мереж, онлайн-покупок і інших джерел дозволяє створювати індивідуальні пропозиції для клієнтів, підвищуючи рівень задоволеності та лояльності. Крім того, Big Data дозволяє аналізувати ефективність маркетингових кампаній у режимі реального часу і коригувати їх на основі отриманих даних. За даними Acumen Research and Consulting зображеними

в графіку на рис 2.3, очікується, що ринок Big Data досягне 473.6 млрд. до 2030 року, з середньорічним темпом зростання на рівні 12.7% з 2022 по 2030 рік.

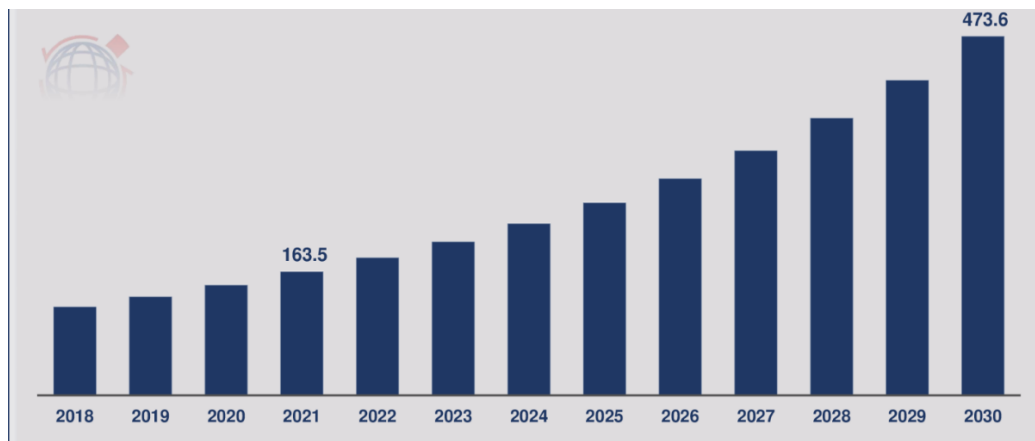


Рисунок 2.3 – Прогнозування зростання ринку Big Data, млрд. дол. США

Джерело [31]

Блокчейн (Blockchain) забезпечує безпечний, прозорий і незмінний облік транзакцій, використовуючи технологію розподіленого реєстру. Ця технологія активно застосовується у фінансах, управлінні ланцюгами постачань, смарт-контрактах та децентралізованих додатках (DApps). Наприклад, у фінансовій сфері Blockchain використовується для забезпечення безпеки транзакцій і запобігання шахрайству. У сфері управління ланцюгами постачань технологія дозволяє забезпечити прозорість і відстежуваність на кожному етапі процесу, що сприяє підвищенню довіри споживачів до продуктів і покращенню репутації брендів. Смарт-контракти дозволяють автоматично виконувати угоди при дотриманні визначених умов, що знижує витрати на адміністрування та підвищує швидкість виконання угод. За даними Market.us зображеними в графіку на рис 2.4, очікується, що ринок корпоративних Blockchain досягне 287,8 млрд. дол. США до 2032 року з середньорічним темпом зростання на рівні 47,5% з 2023 по 2032 рік.

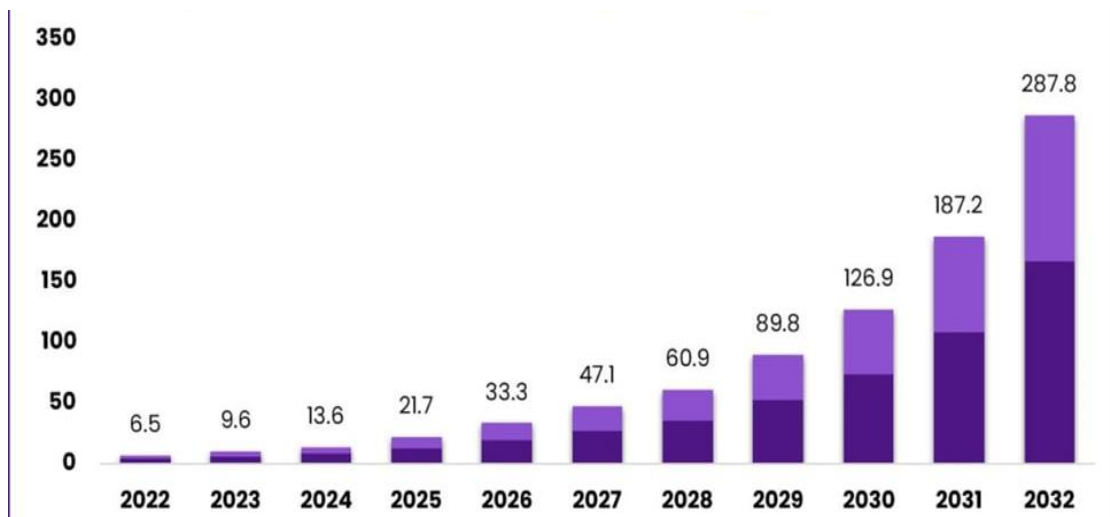


Рисунок 2.4 – Прогноз зростання ринку блокчейну до 2032, млрд. дол. США

Джерело [32]

У різних галузях економіки ці технології сприяють оптимізації процесів, підвищенню безпеки та прозорості, створенню нових продуктів і послуг. Вони дозволяють компаніям краще розуміти потреби та поведінку споживачів, автоматизувати рутинні завдання та забезпечувати високий рівень задоволеності клієнтів. Використання IoT, ШІ, Big Data та Blockchain відкриває нові горизонти для бізнесу, роблячи його більш адаптивним та конкурентоспроможним у швидкозмінному світі.

Таким чином, сучасні технологічні тренди на світовому ринку високотехнологічної продукції продовжують активно розвиватися, забезпечуючи нові можливості для інновацій і підвищення ефективності. Завдяки впровадженню IoT, ШІ, Big Data та Blockchain, компанії можуть швидко адаптуватися до змін ринку, покращувати свої продукти і послуги та забезпечувати стійке зростання. Ці технології стають невід'ємною частиною сучасного бізнесу, формуючи майбутнє різних галузей економіки.

2.2 Бенчмаркінг інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світовому ринку

Бенчмаркінг інноваційних стратегій дозволяє високотехнологічним компаніям порівнювати свої інноваційні підходи з найкращими практиками в галузі. У цьому підпункті будуть порівняні різні сфери інновацій і їх вплив на компанії які їх впроваджують. Очевидно, що деякі технології будуть генерувати більше прибутку порівнянно з іншими, але необхідно поглянути у введення нових технологій у більш широкому контексті великих компаній.

Доповнена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR) стали одними з найінноваційніших та найперспективніших напрямків у сфері технологій. Ці технології відкривають нові можливості в різних галузях, від розваг та освіти до медицини та виробництва. Впровадження AR/VR рішень дозволяє компаніям не лише залучати нових клієнтів, але й зміцнювати свої позиції на ринку, що безпосередньо впливає на їх ринкову капіталізацію.

Apple є однією з провідних компаній, яка активно впроваджує AR/VR технології у свої продукти. Їх останнім продуктом у цій сфері є Apple Vision Pro, який поєднує можливості доповненої і віртуальної реальності. Це перший новий технологічний продукт від Apple з часів випуску Apple Watch та бездротових навушників AirPods. Vision Pro призначений для професіоналів і пропонує нові можливості для візуалізації та взаємодії з цифровим контентом, що робить його унікальним серед інших продуктів на ринку. Важливість цього продукту підкреслює стратегічний підхід Apple до інновацій та швидкого реагування на ринкові зміни, що відповідає принципам, викладеним у книзі Джорджа Сталка-молодшого "Competing Against Time: How Time-Based Competition is Reshaping Global Markets"[33]. У своїй книзі Сталк наголошує на тому, що швидкість та ефективність у впровадженні нових продуктів є критичними для досягнення конкурентних переваг. Apple демонструє цю концепцію через своє інноваційне

рішення Vision Pro, яке відображає їхню здатність швидко адаптуватися до ринкових тенденцій та впроваджувати нові технології.

Meta, яка раніше була відома як Facebook, також є ключовим гравцем у сфері VR технологій. Їх останній продукт, Meta Quest 3, випущений у 2023 році, є наступником популярного Meta Quest 2. Meta Quest 3 забезпечує покращену якість зображення, більш широкий кут огляду та вдосконалені інтерактивні можливості. Meta активно просуває концепцію "метавсесвіту", де VR технології грають центральну роль, що робить Meta Quest 3 ключовим елементом їхньої стратегії. Інвестиції Meta в AR/VR технології значно підвищили ринкову капіталізацію компанії, підтверджуючи ефективність їх інноваційної стратегії та здатність до адаптації в умовах швидко змінюваного ринку.

Sony, ще один важливий гравець на ринку AR/VR, представила свій новий продукт - PlayStation VR2. Цей шолом віртуальної реальності, випущений у 2022 році, призначений для використання з консоллю PlayStation 5 і надає користувачам занурюючий ігровий досвід. Sony продовжує вдосконалювати свої VR рішення, що дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною та зміцнювати свою ринкову позицію. Впровадження PlayStation VR2 стало важливим кроком у розвитку AR/VR технологій для Sony, підвищуючи їхню ринкову капіталізацію та демонструючи стратегічний підхід до інновацій.

Порівняння стану компаній до та після випуску нової продукції представлено в таблиці 2.1. У таблиці показана ринкова капіталізація компаній за три місяці до випуску продукції на ринок та через три місяці після цього, що дозволяє відстежити рівень впливу інноваційних продуктів на фінансові показники компаній.

Порівняння ринкової капіталізації компаній за три місяці до та після випуску нової продукції показує різні результати, що відображають різний ступінь впливу інноваційних продуктів на фінансові показники цих компаній.

Apple, попри випуск своєї першої нової технологічної продукції з часів Apple Watch та безпроводних навушників, зазнала незначного зниження ринкової капіталізації.

Таблиця 2.1 – Капіталізація компаній на ринку AR/VR

Компанія	Продукт	Капіталізація за 3 місяці до виходу	Капіталізація після 3х місяців
Apple	Apple Vision Pro	2,946 млрд. дол. США	2,865 млрд. дол. США
Meta	Meta Quest 3	819 млрд. дол. США	1,213 млрд. дол. США
Sony	PlayStation VR2	104 млрд. дол. США	133 млрд. дол. США

Джерело: розроблене автором на основі [34]

Це може свідчити про тимчасове негативне сприйняття ринку або недостатню підтримку з боку інвесторів. Зниження з 2,946 млрд дол. США до 2,865 млрд дол. США вказує на потребу в додаткових стратегіях для зміцнення довіри інвесторів і користувачів[35].

Meta, на відміну від Apple, демонструє значне зростання ринкової капіталізації після випуску Meta Quest 3. Збільшення капіталізації з 819 млрд дол. США до 1,213 млрд дол. США свідчить про позитивний вплив інноваційного продукту на ринок і високу зацікавленість інвесторів. Це підкреслює успішність стратегій Meta у впровадженні нових технологій та їхньої маркетингової підтримки[36].

Sony також показала значне зростання ринкової капіталізації після випуску своїх нових продуктів у сфері AR/VR. Збільшення з 104 млрд дол. США до 133 млрд дол. США вказує на успішність впровадження інноваційних продуктів і їхню високу оцінку ринком. Це підтверджує, що інновації від Sony були добре сприйняті користувачами та інвесторами, що призвело до покращення фінансових показників компанії[37].

Загалом, аналіз даних показує, що інноваційні продукти можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на ринкову капіталізацію компаній. Успіх залежить від багатьох факторів, включаючи якість продукту, ефективність маркетингових стратегій та загальне сприйняття ринку.

Розглянемо три видатні інноваційні продукти в сфері ШІ від різних компаній, які значно вплинули на ринок та фінансові показники цих компаній. Це Gemini від Google, ChatGPT від OpenAI та Microsoft Copilot.

Google продовжує лідирувати у сфері штучного інтелекту, представивши свою платформу Gemini. Цей інноваційний продукт інтегрує передові можливості штучного інтелекту для покращення функціональності пошуку та взаємодії з користувачами. Gemini здатний аналізувати великі обсяги даних, забезпечуючи точні та персоналізовані результати пошуку. Його запуск став важливою віхою для Google, який постійно інвестує у розвиток передових технологій для підтримки свого лідерства на ринку.

Microsoft, з її продуктом Copilot, також демонструє значний прогрес у сфері штучного інтелекту та автоматизації. Copilot інтегрується з платформою GitHub і використовує можливості штучного інтелекту для допомоги розробникам у написанні коду. Цей продукт підвищує ефективність програмування, дозволяючи розробникам швидше і якісніше створювати програмне забезпечення. Copilot став важливим інструментом для розробників і має великий вплив на ринок розробки програмного забезпечення.

Порівняння стану компаній до та після випуску нової продукції представлено в таблиці 2.2. У таблиці показана ринкова капіталізація компаній за три місяці до випуску продукції на ринок та через три місяці після цього, що дозволяє відстежити рівень впливу інноваційних продуктів на фінансові показники компаній.

Таблиця 2.2 - Капіталізація компаній на ринку AI.

Компанія	Продукт	Капіталізація за 3 місяці до виходу	Капіталізація після 3х місяців
Alphabet (GOOG)	Gemeni	1,163 млрд. дол. США	1,569 млрд. дол. США
Microsoft	Copilot	1,698 млрд. дол. США	2,310 млрд. дол. США

Джерело: розроблене автором на основі [34]

На основі представлених даних у таблиці 2.2, можна зробити кілька важливих висновків щодо впливу інноваційних продуктів на ринкову капіталізацію компаній.

Перш за все, значний приріст ринкової капіталізації компанії Google після випуску платформи Gemini свідчить про те, що інноваційні продукти у сфері штучного інтелекту можуть суттєво збільшити вартість компанії. До випуску Gemini ринкова капіталізація Google становила 1,163 млрд. дол. США, а через три місяці після випуску зросла до 1,569 млрд. дол. США. Це вказує на високий рівень довіри інвесторів до нових технологій та їх потенційного впливу на майбутній розвиток компанії. Інвестори бачать потенціал у здатності Gemini вдосконалювати пошук та взаємодію з користувачами, що, безсумнівно, підвищує їхню лояльність та залученість[38].

Схожим чином, компанія Microsoft демонструє значне зростання ринкової капіталізації після запуску Copilot[39]. До випуску цього продукту капіталізація становила 1,698 млрд. дол. США, а через три місяці після випуску зросла до 2,310 млрд. дол. США. Це підтверджує, що інновації у сфері підвищення продуктивності та автоматизації також мають великий потенціал для збільшення ринкової вартості компанії. Copilot значно покращує ефективність програмування, дозволяючи розробникам швидше і якісніше створювати програмне забезпечення. Це підвищує продуктивність компанії і, як результат, її фінансові показники.

Аналіз впливу інноваційних продуктів на ринкову капіталізацію компаній показує, що впровадження передових технологій і нових продуктів значно підвищує вартість компаній на ринку. Це підкреслює важливість інвестування в інновації для збереження конкурентоспроможності та забезпечення сталого зростання. Успішні приклади Google та Microsoft демонструють, як стратегічне впровадження нових продуктів може сприяти залученню інвестицій і зміцненню ринкових позицій компаній.

Порівняння ринкової капіталізації компаній до та після випуску нових інноваційних продуктів, представлене в таблицях 2.1 та 2.2, показує, як впровадження передових технологій впливає на фінансові показники компаній.

Інновації в сфері доповненої та віртуальної реальності (AR/VR) дозволяють компаніям зміцнювати свої позиції на ринку. Наприклад, Apple з випуском Apple Vision Pro продемонструвала свою здатність швидко адаптуватися до ринкових змін. Попри незначне зниження капіталізації, Vision Pro залишається важливим стратегічним кроком. Meta з Meta Quest 3 і Sony з PlayStation VR2 також показали значне зростання ринкової капіталізації після випуску нових продуктів, що підкреслює ефективність їхніх інноваційних стратегій.

Аналіз даних показує, що інноваційні продукти можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на ринкову капіталізацію компаній. Успіх залежить від багатьох факторів, включаючи якість продукту, ефективність маркетингових стратегій та загальне сприйняття ринку. Впровадження нових технологій дозволяє компаніям не лише залучати нових клієнтів, але й зміцнювати свої ринкові позиції, що безпосередньо впливає на їхню ринкову капіталізацію.

У сфері штучного інтелекту (AI) Google з платформою Gemini та Microsoft з продуктом Copilot продемонстрували значне зростання ринкової капіталізації. Випуск інноваційних AI-продуктів дозволяє цим компаніям покращувати свої фінансові показники, залучати інвесторів та зміцнювати свої позиції на ринку. Зокрема, Google і Microsoft показали суттєве зростання капіталізації, що свідчить про високу оцінку ринку їхніх інноваційних продуктів та технологічного лідерства.

Загалом, аналіз даних підтверджує важливість інвестування в інновації для збереження конкурентоспроможності та забезпечення сталого зростання. Стратегічне впровадження нових продуктів дозволяє компаніям залучати інвестиції, підвищувати ринкову капіталізацію та зміцнювати свої позиції на світовому ринку.

2.3 Мережевізація інноваційної діяльності в контексті нарощення міжнародної конкурентноспроможності

Мережевізація інноваційної діяльності є важливим фактором для підвищення міжнародної конкурентоспроможності високотехнологічних компаній. Вона полягає у створенні та розвитку мереж, які об'єднують різні компанії, дослідницькі інститути, університети, стартапи та інших учасників інноваційного процесу. Мережі сприяють обміну знаннями, технологіями та ресурсами, що дозволяє швидше та ефективніше впроваджувати інновації. Цей підхід допомагає компаніям долати бар'єри до нових ринків, отримувати доступ до передових технологій та знань, а також підвищувати ефективність своїх операцій.

Мережі інноваційної діяльності можуть мати різні обсяги діяльності в залежності від їх спрямованості та структури. Наприклад, глобальні інноваційні мережі, такі як Silicon Valley, об'єднують тисячі компаній, стартапів, університетів та дослідницьких інститутів. Ці мережі охоплюють широкий спектр галузей, включаючи інформаційні технології, біотехнології, енергетику та інші. Вони забезпечують доступ до значних фінансових ресурсів, інвесторів та талантів, що сприяє швидкому розвитку інноваційних проектів. Такі мережі також допомагають у створенні синергетичних ефектів, коли взаємодія між різними гравцями сприяє створенню нових ідей та швидкому впровадженню їх у життя.

Мережі інноваційної діяльності можуть мати різну специфіку та спрямованість. Інноваційні хаби та акселератори зосереджуються на підтримці стартапів та молодих компаній, надаючи їм доступ до менторів, інвесторів та експертів. Вони забезпечують інкубаційний період, протягом якого стартапи можуть розвивати свої ідеї, тестувати прототипи та виходити на ринок. Прикладами таких мереж є Y Combinator[40] у США та Seedcamp[41] у Європі. Вони не лише надають фінансову підтримку, але й створюють сприятливе середовище для розвитку підприємництва, обміну досвідом та знаннями.

Інноваційні екосистеми, такі як MIT Media Lab, об'єднують університети, дослідницькі інститути та компанії для спільної роботи над інноваційними проектами. Вони забезпечують доступ до новітніх досліджень, лабораторій та експериментальних майданчиків, що сприяє розвитку передових технологій та їх комерціалізації. Наприклад, MIT Media Lab[42] співпрацює з такими компаніями,

як Google, Samsung та Toyota, для розробки нових технологій у галузі штучного інтелекту, робототехніки та медіа. Це дозволяє учасникам отримувати переваги від колективних знань і ресурсів, що значно підвищує їхню конкурентоспроможність на глобальному ринку.

Silicon Valley[43] є одним з найвідоміших прикладів успішної мережевізації інноваційної діяльності. Ця регіональна інноваційна екосистема об'єднує провідні технологічні компанії, такі як Apple, Google, Facebook, а також численні стартапи, венчурні фонди та університети. Мережеві структури Silicon Valley забезпечують обмін знаннями та ресурсами, що сприяє швидкому розвитку інноваційних проектів та комерціалізації нових технологій. Інтенсивна співпраця між різними учасниками цієї екосистеми створює сприятливе середовище для появи нових ідей та їх швидкого впровадження. Завдяки цьому, Silicon Valley стала світовим центром інновацій та технологічного розвитку. Анна Лі Саксенян у своїй книзі "Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128"[44] підкреслює важливість культури співпраці та обміну знаннями у досягненні успіху Силіконової долини.

Технологічний кластер у місті Тель-Авів, Ізраїль, є ще одним прикладом успішної мережевізації. Цей регіон відомий як "Стартап-нація"[45] завдяки високій концентрації стартапів, венчурних фондів та дослідницьких інститутів. Тель-Авів став центром інновацій у галузях кібербезпеки, медичних технологій та фінансових технологій. Наприклад, компанія Check Point Software Technologies, яка спеціалізується на кібербезпеці, активно співпрацює з місцевими університетами та дослідницькими інститутами, що дозволяє швидко впроваджувати нові рішення у свої продукти. Це співробітництво дозволяє компаніям у Тель-Авіві швидко адаптуватися до змін у технологічному середовищі та зберігати високу конкурентоспроможність.

Технологічний парк "Софія Антиполіс"[46] у Франції є ще одним прикладом успішної інноваційної екосистеми. Цей парк об'єднує понад 2,500 компаній, зокрема такі гіганти, як IBM, Cisco та Air France, а також численні стартапи та дослідницькі інститути. Софія Антиполіс є центром досліджень та

розробок у галузях інформаційних технологій, телекомунікацій та біотехнологій. Співпраця між компаніями та дослідницькими інститутами у цьому парку сприяє швидкому впровадженню інноваційних рішень та комерціалізації нових технологій. Така синергія дозволяє компаніям зосередитися на розробці передових продуктів і рішень, забезпечуючи стабільне зростання та розвиток.

Успішна мережевізація інноваційної діяльності має значний вплив на фінансові результати компаній та регіонів. Наприклад, Silicon Valley генерує більше 840 млрд. дол. США у ВВП[47], що становить значну частку економіки США. Компанії, що працюють у цій інноваційній екосистемі, мають доступ до значних інвестиційних ресурсів, що дозволяє їм швидко зростати та розвиватися. Крім того, мережевізація сприяє створенню нових робочих місць, залученню талантів та підвищенню рівня життя в регіоні. Це створює додаткові економічні вигоди для місцевих спільнот і сприяє загальному економічному розвитку.

Технологічний кластер Тель-Авіва також демонструє високі фінансові результати. Завдяки інноваційним компаніям, таких як Mobileye та Waze, Ізраїль став одним із провідних центрів інновацій у світі. За оцінками, технологічний сектор Ізраїлю забезпечує біля 25% ВВП країни[48], створюючи тисячі високооплачуваних робочих місць та залучаючи значні іноземні інвестиції. Це свідчить про те, що інвестиції в інновації та мережевізацію можуть мати значний позитивний вплив на національну економіку та міжнародну конкурентоспроможність.

Співробітництво у науково-технічній сфері є ключовим елементом мережевізації інноваційної діяльності. Участь у міжнародних програмах кооперації, таких як Horizon 2020[49], дозволяє компаніям отримувати доступ до новітніх наукових досліджень та розробок. Це співробітництво сприяє обміну знаннями та досвідом між різними учасниками інноваційного процесу, що підвищує ефективність впровадження інновацій та знижує ризики. Наприклад, українські компанії та наукові установи активно беруть участь у програмах Horizon 2020, що дозволяє їм співпрацювати з провідними європейськими партнерами у сфері досліджень та інновацій. Така співпраця допомагає українським компаніям

інтегруватися у глобальну інноваційну екосистему та покращувати свої технологічні можливості.

Таким чином, мережевізація інноваційної діяльності є ключовим фактором для підвищення міжнародної конкурентоспроможності високотехнологічних компаній. Вона забезпечує ефективний обмін знаннями та ресурсами, сприяє розвитку інноваційних проектів та комерціалізації нових технологій. Мережевізація дозволяє компаніям не тільки використовувати внутрішні ресурси, але й залучати зовнішні знання та досвід, що підвищує загальний рівень інноваційного потенціалу. Це також сприяє розвитку стратегічних альянсів та партнерств, які допомагають розширювати ринки збуту і збільшувати інвестиційну привабливість. В результаті, компанії можуть ефективніше впроваджувати нові технології та швидше адаптуватися до змінних умов ринку, що забезпечує їх довгострокову конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

РОЗДІЛ 3

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ НА СВІТОВИХ РИНКАХ

3.1 Оцінка ефективності імплементації інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями України

У сучасних умовах ринкова конкурентоспроможність компаній значною мірою залежить від їх здатності впроваджувати інновації та адаптуватися до швидкозмінного технологічного середовища. Високотехнологічні компанії, які успішно інтегрують інноваційні рішення у свої бізнес-процеси, можуть значно підвищити свою ефективність, задовольнити потреби клієнтів та зміцнити свої позиції на ринку. Для більш глибокого розуміння того, як інновації впливають на розвиток компаній, ми будемо оцінювати ефективність впровадження інновацій українськими високотехнологічними компаніями за допомогою SWOT-аналізу.

SWOT-аналіз дозволяє систематизувати інформацію про сильні та слабкі сторони компаній, а також про можливості та загрози, що стоять перед ними. Цей підхід допомагає виявити, як конкретні інновації впливають на різні аспекти діяльності компаній, та визначити, які проблеми можуть бути вирішені завдяки впровадженню нових технологій.

У цьому підпункті ми розглянемо кілька провідних українських компаній, таких як "Укрзалізниця", "Нова Пошта" та "ПриватБанк". Саме ці компанії були вибрані за наступним принципом – це старі значні гравці всередині українського ринку. На відміну від великого переліку айті-компаній який існує в Україні, основна діяльність обраних компаній не лежить в інноваційній діяльності, тому ми можемо відслідковувати їх ефективність. Якщо якийсь технологічний стартап не буде займатися інноваціями – він просто закрийється, якщо цього не буде робити наприклад «Укрзалізниця» - її основна функція усеодно буде виконана. Для кожної

з цих компаній буде проведено SWOT-аналіз, що дозволить оцінити їхній поточний стан та визначити, як введені інновації впливають на їхню конкурентоспроможність та ефективність.

Буде оцінено, як конкретні інновації впливають на різні аспекти діяльності компаній та які проблеми можуть бути вирішені завдяки впровадженню нових технологій. Це допоможе нам зрозуміти, які стратегії є найбільш ефективними у сучасному бізнес-середовищі та як українські високотехнологічні компанії можуть зміцнити свої позиції на глобальному ринку.

Оцінка ефективності імплементації інноваційних стратегій у «Укрзалізниці»

Укрзалізниця є найбільшою транспортною компанією України, яка відіграє ключову роль у національній інфраструктурі. Як основний оператор залізничного транспорту, компанія забезпечує перевезення пасажирів і вантажів по всій країні та за її межами, виконуючи важливу функцію в економіці держави. Щодня мільйони українців користуються послугами Укрзалізниці, що робить її невід'ємною частиною повсякденного життя громадян.

Однак, Укрзалізниця стикається з численними викликами, що ускладнюють її роботу. Основні проблеми пов'язані зі старою інфраструктурою, що вимагає значних інвестицій для модернізації. Велика частина залізничних шляхів, вокзалів і станцій була побудована ще за радянських часів, і зараз вони потребують капітального ремонту та оновлення. Крім того, обмежене фінансування, що виділяється на підтримку та розвиток інфраструктури, ускладнює проведення необхідних робіт у належні терміни.

Незважаючи на ці труднощі, Укрзалізниця активно впроваджує новітні технології для покращення своїх операцій. Одним з таких напрямків є використання систем автоматизації, що дозволяють оптимізувати управління залізничним транспортом. Автоматизовані системи контролю за рухом поїздів забезпечують більш ефективне використання залізничних шляхів, зменшують кількість затримок і підвищують загальну безпеку перевезень. Ці системи дозволяють в режимі реального часу моніторити стан шляхів, рух поїздів та інші

важливі параметри, що сприяє оперативному прийняттю рішень і підвищенню ефективності роботи.

Ще одним важливим кроком у напрямку цифровізації є впровадження цифрових платформ для продажу квитків. Укрзалізниця створила зручну онлайн-платформу, яка дозволяє пасажирам купувати квитки через інтернет, уникнувши черг на вокзалах. Це значно покращує користувацький досвід, робить процес придбання квитків швидшим і зручнішим. Крім того, така система дозволяє компанії ефективніше керувати продажами, аналізувати попит і оптимізувати розклад поїздів, що в свою чергу сприяє покращенню обслуговування пасажирів.

Також важливою складовою модернізації є моніторинг руху поїздів за допомогою сучасних технологій. Системи моніторингу дозволяють відстежувати місцезнаходження поїздів у режимі реального часу, що підвищує точність дотримання розкладу та зменшує ризик виникнення затримок. Завдяки цьому Укрзалізниця може забезпечувати більш надійний та безпечний транспортний сервіс, що є важливим для підтримання високого рівня задоволеності клієнтів. Незважаючи на існуючі проблеми, Укрзалізниця продовжує залишатися важливим гравцем у транспортному секторі України завдяки активному впровадженню інноваційних рішень. Модернізація інфраструктури, автоматизація процесів та використання цифрових технологій дозволяють компанії ефективніше управляти своїми операціями, підвищувати якість обслуговування пасажирів та зміцнювати свої позиції на ринку. Щоб глибше зрозуміти поточні можливості та виклики, з якими стикається Укрзалізниця, розглянемо детальний SWOT-аналіз на таблиці 3.1, який дозволить виявити сильні та слабкі сторони компанії, а також визначити потенційні можливості та загрози для її розвитку. Цей аналіз допоможе сформулювати більш чітке уявлення про стратегічні напрями, які слід розвивати для покращення ефективності та конкурентоспроможності Укрзалізниці на транспортному ринку.

Таблиця 3.1 – SWOT аналіз «Укрзалізниці»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Велика мережа залізничних шляхів, яка покриває всю країну. Монополістичне становище у сфері залізничних перевезень. Значний досвід та експертиза у сфері залізничного транспорту.	Застаріла інфраструктура та обладнання. Недостатнє фінансування для модернізації. Високий рівень бюрократії та корупції.
Можливості	Загрози
Впровадження новітніх технологій для оптимізації операцій. Розширення міжнародного співробітництва та залучення інвестицій. Розвиток нових послуг та маршрутів.	Політична та економічна нестабільність в країні. Конкуренція з боку інших видів транспорту. Загроза кібератак та проблеми з безпекою даних.

Джерело: розроблено автором на основі [50]

Укрзалізниця вирішила впровадити штучний інтелект для оптимізації своєї роботи, що є важливим кроком у напрямку модернізації та підвищення ефективності компанії. Використання штучного інтелекту має на меті покращення розкладів, управління рухом поїздів та забезпечення безпеки пасажирів. Штучний інтелект дозволяє аналізувати великі обсяги даних, зокрема, інформацію про рух поїздів, розклади, затримки та інші параметри, що впливають на ефективність роботи залізниці. Така система може передбачати можливі затримки, пропонувати альтернативні маршрути та загалом покращувати ефективність роботи[51].

Наприклад, система штучного інтелекту може в режимі реального часу збирати та аналізувати дані з численних сенсорів, встановлених вздовж залізничних шляхів та на поїздах. Ці дані включають інформацію про швидкість поїздів, стан колій, погодні умови та багато інших факторів, які можуть впливати на рух. На основі цього аналізу система здатна робити прогнози щодо потенційних затримок та пропонувати оптимальні маршрути для їх уникнення. Це дозволяє зменшити час простоїв, підвищити точність розкладів та збільшити загальну ефективність перевезень.

Крім того, впровадження штучного інтелекту сприяє підвищенню безпеки на залізниці. Система може аналізувати дані про стан залізничних шляхів та обладнання, виявляти потенційні загрози та пропонувати заходи для їх запобігання.

Наприклад, якщо система виявить, що певна ділянка колії потребує ремонту, вона може автоматично створити повідомлення для відповідних служб, що дозволить оперативно усунути проблему і запобігти аварії.

Впровадження штучного інтелекту вирішує кілька ключових проблем, з якими стикається Укрзалізниця:

1. Оптимізація розкладів: Штучний інтелект дозволяє точніше прогнозувати рух поїздів та зменшувати затримки. Завдяки аналізу даних у режимі реального часу система може виявляти потенційні проблеми і пропонувати альтернативні маршрути, що сприяє покращенню точності розкладів і зменшенню часу простоїв.

2. Підвищення безпеки: Аналіз даних допомагає виявляти потенційні загрози та запобігати аваріям. Система може автоматично моніторити стан колій та обладнання, своєчасно виявляючи проблемні ділянки та попереджаючи відповідні служби про необхідність проведення ремонтних робіт.

3. Покращення управління ресурсами: Автоматизація процесів дозволяє ефективніше використовувати ресурси компанії. Система штучного інтелекту може оптимізувати розподіл поїздів, використання залізничних шляхів та роботу персоналу, що знижує витрати і підвищує загальну ефективність компанії.

Однак, впровадження інновацій не вирішує всі проблеми, з якими стикається Укрзалізниця:

1. Застаріла інфраструктура: Незважаючи на впровадження штучного інтелекту, фізичний стан залізничних шляхів та обладнання потребує значної модернізації. Система штучного інтелекту може допомогти виявляти проблеми, але вона не може вирішити їх без проведення необхідних ремонтних робіт.

2. Фінансові обмеження: Недостатнє фінансування ускладнює повноцінне впровадження інноваційних рішень. Велика частина ресурсів йде на підтримку існуючої інфраструктури, що обмежує можливості для інвестицій у нові технології.

3. Кадрові проблеми: Потрібні спеціалісти для обслуговування нових систем, що вимагає додаткового навчання та ресурсів. Впровадження нових технологій потребує наявності кваліфікованих кадрів, здатних ефективно працювати з новими системами та забезпечувати їх безперебійну роботу.

Можливі шляхи вирішення проблем:

1. Модернізація інфраструктури: Необхідні інвестиції у оновлення залізничних шляхів та обладнання. Це дозволить забезпечити надійну основу для ефективного використання нових технологій і підвищення загальної ефективності роботи залізниці.

2. Залучення міжнародних партнерів: Співпраця з міжнародними компаніями та інвесторами може забезпечити додаткові ресурси для модернізації. Інвестори можуть надати фінансування та технологічну підтримку, що сприятиме впровадженню інноваційних рішень і покращенню стану інфраструктури.

3. Розвиток кадрів: Підвищення кваліфікації працівників та залучення нових спеціалістів для роботи з сучасними технологіями. Це включає проведення навчальних програм та тренінгів, що дозволить персоналу здобути необхідні навички для ефективного використання нових систем.

Таким чином, впровадження штучного інтелекту в роботу Укрзалізниці є важливим кроком на шляху до модернізації та підвищення ефективності компанії. Однак, для досягнення повного потенціалу цих інновацій необхідно вирішити ряд існуючих проблем, пов'язаних з інфраструктурою, фінансуванням та кадрами. Завдяки комплексному підходу та співпраці з міжнародними партнерами, Укрзалізниця має всі шанси стати сучасною та конкурентоспроможною транспортною компанією на світовому ринку.

Оцінка ефективності імплементації інноваційних стратегій у «Новій Пошті»

Нова Пошта є провідним оператором експрес-доставки в Україні, яка відома своїми інноваційними підходами до логістики та обслуговування клієнтів. Компанія активно впроваджує новітні технології, що дозволяють підвищити ефективність роботи та забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів. Впровадження таких технологій, як автоматизовані сортувальні центри, електронні платформи для відстеження посилок та мобільні додатки для зручного доступу до послуг, дозволяє Новій Пошті залишатися лідером у сфері логістики.

Компанія неодноразово демонструвала свій потенціал до адаптації та інновацій, що дозволило їй швидко реагувати на потреби ринку та підвищувати якість своїх послуг. Наприклад, Нова Пошта розгорнула мережу поштоматів, які значно полегшують процес отримання та відправлення посилок. Це особливо важливо для клієнтів у віддалених регіонах, де доступ до поштових відділень може бути обмежений. Поштомати дозволяють клієнтам отримувати посилки в будь-який час, що підвищує зручність та ефективність обслуговування.

Інноваційні підходи Нової Пошти включають впровадження електронних платформ для автоматизації логістичних процесів. Система відстеження посилок у режимі реального часу дозволяє клієнтам завжди знати, де знаходиться їхня посылка, що підвищує довіру та задоволеність клієнтів. Мобільні додатки, розроблені компанією, забезпечують зручний доступ до всіх послуг Нової Пошти, включаючи замовлення доставки, оплату послуг та відстеження посилок.

Однак, незважаючи на значні успіхи, Нова Пошта також стикається з рядом викликів, які необхідно враховувати. SWOT аналіз, що наводиться далі, детально розглядає сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози, з якими вона може зіткнутися.

Впровадження інноваційних рішень вимагає значних інвестицій, і компанія повинна постійно знаходити баланс між витратами та вигодами. Додатково, швидке розширення мережі послуг та інфраструктури може створювати виклики у забезпеченні стабільності та якості обслуговування. Висока конкуренція на ринку логістики також вимагає від Нової Пошти постійного вдосконалення та пошуку нових рішень для підтримки своєї лідируючої позиції.

Огляд можливостей включає розширення на міжнародні ринки, де компанія може використовувати свій досвід та технологічні напрацювання для завоювання нових клієнтів. Партнерство з іншими міжнародними логістичними операторами може допомогти у цьому напрямку, забезпечуючи доступ до нових ринків та ресурсів. Крім того, подальший розвиток електронної комерції відкриває нові можливості для збільшення обсягів доставки та розширення асортименту послуг.

Серед загроз слід зазначити можливі зміни в законодавстві, які можуть вплинути на операційну діяльність компанії, а також економічні нестабільності, що можуть зменшити попит на логістичні послуги. Інтенсифікація конкуренції на ринку також вимагає постійного оновлення стратегій та інвестицій у інновації, щоб зберегти конкурентоспроможність.

Таким чином, Нова Пошта демонструє потужний потенціал до інновацій та розвитку, що дозволяє їй залишатися провідним оператором експрес-доставки в Україні. Проте, для підтримки та зміцнення своїх позицій компанії необхідно враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на її діяльність. Проведений SWOT аналіз на таблиці 3.2 допомагає виявити ключові напрями для подальшого розвитку та вдосконалення.

Нова Пошта впровадила інноваційну технологію мережі поштоматів[53], що значно полегшує процес отримання та відправлення посилок, особливо у віддалених регіонах. Ця ініціатива дозволяє клієнтам зручно отримувати посилки в будь-який час, без необхідності відвідування відділень, що є надзвичайно важливим для людей у віддалених районах, де доступ до поштових відділень може бути обмеженим. Поштомати стали ключовим елементом стратегії Нової Пошти, спрямованої на підвищення зручності та доступності послуг для всіх категорій клієнтів.

Поштомати Нової Пошти представляють собою автоматизовані пункти видачі, розташовані у зручних для клієнтів місцях, таких як торговельні центри, супермаркети, багатоквартирні будинки та інші місця з високою прохідністю. Вони дозволяють отримувати та відправляти посилки в будь-який час доби, що значно підвищує гнучкість і зручність для користувачів. Клієнти можуть скористатися мобільним додатком або веб-сайтом Нової Пошти для відстеження своїх посилок та управління доставками, що забезпечує високий рівень контролю та прозорості.

Таблиця 3.2 – SWOT Аналіз Нової Пошти

Сильні сторони	Слабкі сторони
----------------	----------------

Велика мережа відділень по всій країні. Високий рівень автоматизації та використання новітніх технологій. Висока швидкість обслуговування клієнтів.	Високі витрати на підтримку та розширення інфраструктури. Залежність від зовнішніх постачальників технологій. Високий рівень конкуренції у сфері доставки.
Можливості	Загрози
Розширення мережі поштоматів для зручності клієнтів. Залучення інвестицій для подальшого розвитку технологій. Розширення міжнародного співробітництва та вихід на нові ринки.	Економічна нестабільність в країні. Конкуренція з боку міжнародних компаній. Зміни у законодавстві та регуляторних вимогах.

Джерело: розроблене автором на основі [52]

Поштомати Нової Пошти представляють собою автоматизовані пункти видачі, розташовані у зручних для клієнтів місцях, таких як торговельні центри, супермаркети, багатоквартирні будинки та інші місця з високою прохідністю. Вони дозволяють отримувати та відправляти посилки в будь-який час доби, що значно підвищує гнучкість і зручність для користувачів. Клієнти можуть скористатися мобільним додатком або веб-сайтом Нової Пошти для відстеження своїх посилок та управління доставками, що забезпечує високий рівень контролю та прозорості.

Впровадження поштоматів вирішує низку важливих проблем, з якими стикаються як компанія, так і її клієнти. Нижче наведено детальний аналіз впливу цієї інновації.

Проблеми, які вирішує інновація:

1. Зручність обслуговування: Поштомати забезпечують доступність послуг у будь-який час доби. Це особливо важливо для людей з насиченим графіком, які не можуть відвідати поштові відділення в робочий час.

2. Розширення географії: Відкриття нових точок обслуговування у віддалених районах забезпечує доступ до поштових послуг для ширшого кола клієнтів, включаючи тих, хто мешкає у віддалених місцевостях.

3. Оптимізація ресурсів: Зменшення навантаження на традиційні відділення компанії дозволяє краще розподіляти ресурси та підвищувати ефективність обслуговування.

Проблеми, які залишаються:

1. Високі витрати на підтримку мережі: Підтримка та обслуговування поштоматів потребує значних фінансових вкладень. Це включає вартість встановлення, регулярного обслуговування та оновлення обладнання.

2. Технічні проблеми: Поштомати можуть мати технічні несправності, що ускладнює їх обслуговування та може призвести до затримок у доставці посилок.

3. Залежність від технологій: Надмірна залежність від технологій може створювати ризики у випадку технічних збоїв або кібератак, що може негативно вплинути на обслуговування клієнтів.

Можливі шляхи вирішення проблем:

1. Оптимізація витрат: Використання енергоефективних технологій та підвищення надійності обладнання допоможуть зменшити експлуатаційні витрати. Інвестиції в нові технології можуть зменшити загальні витрати на обслуговування.

2. Резервні системи: Впровадження резервних систем для забезпечення безперебійної роботи поштоматів є необхідним кроком. Це може включати додаткові джерела живлення та резервні сервери для зберігання даних.

3. Підвищення кваліфікації персоналу: Навчання технічного персоналу для швидкого вирішення проблем та обслуговування обладнання допоможе мінімізувати час простою та забезпечити стабільність роботи поштоматів. Регулярне підвищення кваліфікації та навчання новітнім технологіям також сприятиме кращому обслуговуванню.

Оцінка ефективності імплементації інноваційних стратегій у Приват-Банку

ПриватБанк є найбільшим комерційним банком України та одним з лідерів у впровадженні фінансових технологій. Банк відомий своїми інноваційними рішеннями у сфері онлайн-банкінгу, що дозволяють значно покращити обслуговування клієнтів та забезпечити високий рівень безпеки фінансових операцій.

ПриватБанк завжди прагнув бути на передовій фінансових технологій, і це прагнення стало основою його стратегії розвитку. Однією з ключових інновацій банку є система "Приват24" – інтернет-банкінг, який дозволяє клієнтам здійснювати фінансові операції з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету. "Приват24" надає клієнтам можливість проводити платежі, перекази, відкривати депозити, отримувати кредити, сплачувати рахунки та здійснювати інші банківські операції онлайн. Це значно підвищило зручність для клієнтів і сприяло розширенню клієнтської бази банку.

Іншою важливою інновацією ПриватБанку є впровадження безконтактних платежів, що забезпечують швидкість та зручність фінансових операцій. Використання технологій NFC (Near Field Communication) дозволяє клієнтам здійснювати платежі, просто підносячи карту або смартфон до терміналу. Це значно скорочує час обслуговування та підвищує задоволеність клієнтів.

ПриватБанк також активно розвиває мобільні додатки, що забезпечують клієнтам доступ до банківських послуг у будь-який час і в будь-якому місці. Мобільний додаток Приват24 дозволяє здійснювати фінансові операції, контролювати баланс рахунків, отримувати повідомлення про транзакції та багато іншого. Завдяки регулярним оновленням та додаванню нових функцій, мобільний додаток стає ще зручнішим і функціональнішим для користувачів.

Безпека є одним з ключових аспектів діяльності ПриватБанку. Для забезпечення високого рівня безпеки фінансових операцій банк використовує багаторівневу систему захисту, яка включає шифрування даних, двофакторну аутентифікацію та постійний моніторинг транзакцій. Це дозволяє захищати клієнтів від шахрайських дій і забезпечувати безпечне користування банківськими послугами.

Впровадження інноваційних технологій та акцент на клієнтоорієнтованість дозволили ПриватБанку зайняти лідируючі позиції на ринку фінансових послуг в Україні. Банк постійно працює над вдосконаленням своїх сервісів, щоб відповідати високим очікуванням клієнтів та залишатися конкурентоспроможним у сучасному динамічному ринку фінансових послуг.

Аналіз впливу інновацій на діяльність ПриватБанку показує, що інноваційні рішення значно підвищили ефективність обслуговування клієнтів, забезпечили високий рівень безпеки та дозволили банку розширити свою присутність на ринку. Однак, поряд з цими досягненнями, банк також стикається з певними викликами, такими як велика кількість клієнтів, що може призводити до перевантаження системи, та необхідність постійного оновлення інфраструктури для підтримки високих стандартів обслуговування.

У наступному SWOT-аналізі на таблиці 3.3 буде детально розглянуто сильні та слабкі сторони ПриватБанку, а також можливості та загрози, що стоять перед банком у контексті його інноваційної діяльності.

Однією з найвизначніших інновацій ПриватБанку стало створення системи "Приват24"[55], яка дозволяє користувачам здійснювати фінансові операції онлайн. "Приват24" стала революційною для українського ринку, надаючи клієнтам можливість здійснювати платежі, перевіряти баланси, відкривати депозити та виконувати інші банківські операції без необхідності відвідування відділень банку. Ця система стала важливим кроком у цифровізації банківських послуг в Україні, забезпечуючи клієнтам легкий та зручний доступ до фінансових сервісів у будь-який час і з будь-якого місця.

Таблиця 3.3 - SWOT аналіз Приват Банку

Сильні сторони	Слабкі сторони
- Лідерські позиції на ринку банківських послуг в Україні.	- Застаріла інфраструктура, що потребує модернізації.

- Широка мережа відділень і банкоматів по всій країні. - Високий рівень автоматизації та цифрових послуг.	- Високий рівень бюрократії та державного контролю. - Висока залежність від ІТ-систем, які іноді можуть бути перевантажені.
Можливості	Загрози
- Розширення спектру цифрових послуг для клієнтів. - Залучення нових технологій для підвищення ефективності. - Розширення міжнародного співробітництва та вихід на нові ринки.	- Економічна нестабільність в країні. - Конкуренція з боку нових фінансових технологій та інших банків. - Ризики кібератак та проблеми з безпекою даних.

Джерело: розроблене автором на основі [54]

Інновації, впроваджені ПриватБанком, значно покращили якість обслуговування клієнтів і підвищили ефективність банківських операцій. Розглянемо детальніше проблеми, які вирішує впровадження цих технологій:

Доступність послуг: Система "Приват24" забезпечує клієнтам можливість здійснювати банківські операції в режимі онлайн, що значно підвищує зручність обслуговування. Клієнти можуть виконувати транзакції, перевіряти баланси, управляти рахунками та інші операції без необхідності відвідувати відділення банку. Це особливо важливо в умовах сучасного життя, коли час є цінним ресурсом.

Швидкість обслуговування: Автоматизація банківських операцій знижує час, необхідний для їх виконання. Клієнти можуть миттєво переказувати кошти, оплачувати рахунки, відкривати депозити та користуватися іншими послугами без затримок. Це покращує загальний досвід обслуговування і підвищує задоволеність клієнтів.

Безпека: Використання сучасних технологій забезпечує високий рівень захисту фінансових даних. ПриватБанк впроваджує багаторівневі системи безпеки, включаючи шифрування даних, двофакторну аутентифікацію та постійний

моніторинг транзакцій. Це допомагає захистити клієнтів від шахрайських дій і забезпечити безпеку їхніх фінансових операцій.

Незважаючи на численні переваги, впровадження інновацій також створює певні виклики, які потребують вирішення:

Перевантаження системи: Велика кількість користувачів іноді призводить до перевантаження системи, що може викликати затримки у обслуговуванні. Це особливо актуально у періоди пікового навантаження, наприклад, під час свят або фінансових звітних періодів.

Бюрократичні перешкоди: Державне управління банком часто ускладнює впровадження нових рішень та адаптацію до швидких змін на ринку. Бюрократичні процеси можуть затримувати прийняття важливих рішень та впровадження нових технологій.

Інфраструктурні виклики: Старі системи та обладнання потребують постійного оновлення та модернізації. Для забезпечення стабільної роботи ІТ-інфраструктури необхідні значні інвестиції в оновлення апаратного та програмного забезпечення.

Можливі шляхи вирішення проблем:

Оптимізація ІТ-систем: Інвестиції в модернізацію ІТ-інфраструктури для зниження ризику перевантажень. Це включає в себе оновлення серверів, підвищення продуктивності мережі та використання передових технологій для обробки великих обсягів даних.

Зменшення бюрократії: Спрощення процесів прийняття рішень для підвищення гнучкості банку. Впровадження більш ефективних процедур управління та прийняття рішень може сприяти швидшому впровадженню інновацій та адаптації до ринкових змін.

Постійне оновлення: Регулярні оновлення обладнання та систем для забезпечення їхньої надійності та безпеки. Це включає в себе планове оновлення апаратного забезпечення, впровадження нових версій програмного забезпечення та проведення аудитів безпеки для виявлення та усунення вразливостей.

Таким чином, ПриватБанк демонструє успішне впровадження інноваційних технологій у сфері фінансових послуг, що значно підвищує ефективність обслуговування клієнтів та забезпечує високий рівень безпеки фінансових операцій. Однак, для подальшого розвитку та підтримання конкурентних переваг, банк повинен активно працювати над вирішенням існуючих проблем і викликів.

Проведений SWOT-аналіз провідних українських високотехнологічних компаній, таких як "Укрзалізниця", "Нова Пошта" та ПриватБанк, демонструє різноманітні підходи до впровадження інновацій та їхні результати. Впровадження інновацій є критичним фактором для підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності цих компаній. Проте, ефективність інноваційних стратегій значною мірою залежить від ряду факторів, включаючи стан інфраструктури, фінансові можливості, управлінські підходи та здатність адаптуватися до змінних умов ринку.

"Укрзалізниця" впровадила штучний інтелект для оптимізації управління рухом поїздів, проте зіткнулася з проблемами застарілої інфраструктури та недостатнього фінансування, що значно обмежило ефективність цих інновацій. Навпаки, "Нова Пошта" успішно впровадила поштомати, що значно покращило процес отримання та відправлення посилок, особливо у віддалених регіонах, що підвищило зручність обслуговування клієнтів.

ПриватБанк став піонером у сфері онлайн-банкінгу в Україні, впровадивши систему "Приват24", яка значно покращила якість обслуговування клієнтів. Проте банк стикається з проблемами перевантаження системи та бюрократичними перешкодами.

Аналіз показує, що успішне впровадження інновацій дозволяє компаніям підвищити свою ефективність, задовольнити потреби клієнтів та зміцнити свої позиції на ринку. Проте для досягнення максимального ефекту необхідно враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на інноваційні процеси. Використання передових технологій, постійне вдосконалення процесів та адаптація до ринкових умов є ключовими факторами успішного розвитку українських високотехнологічних компаній.

3.2 Стратегічні пріоритети формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій

Формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій потребує чітко визначених стратегічних пріоритетів, які сприяють стійкому розвитку та інноваціям. У цьому розділі ми не будемо зосереджуватися на фінансових показниках компаній через можливе спотворення даних внаслідок війни в Україні. Натомість, ми звернемо увагу на конкретні кейси та стратегічні підходи, що забезпечують конкурентоспроможність українських компаній на світовому ринку.

Інвестування в інновації та дослідження є ключовим пріоритетом для українських компаній, які прагнуть досягти високих результатів на міжнародному ринку. Постійне вдосконалення продуктів і послуг, розробка нових технологій та інноваційних рішень дозволяють компаніям залишатися конкурентоспроможними. Інвестиції в дослідження і розробки (R&D) створюють базу для розвитку унікальних продуктів, що відрізняються від конкурентів і відповідають сучасним потребам ринку. Наприклад, успіх Grammarly[56] значною мірою зумовлений їхніми вкладеннями у розвиток штучного інтелекту та машинного навчання, що дозволило створити продукт, який постійно вдосконалюється.

Якість обслуговування клієнтів є ще одним важливим стратегічним пріоритетом. Компанії повинні забезпечувати високий рівень задоволеності клієнтів через інноваційні рішення та персоналізований підхід. Це включає не лише надання якісного продукту, але й створення позитивного користувацького досвіду на всіх етапах взаємодії з компанією. Наприклад, використання інтерактивних камер Petcube[57] для спостереження за домашніми тваринами дозволяє власникам тварин відчувати себе ближчими до своїх улюбленців, що підвищує їхню лояльність до бренду. Високий рівень сервісу та персоналізовані пропозиції

допомагають компаніям будувати міцні стосунки з клієнтами та підвищувати їхню лояльність.

Використання великих даних (Big Data) та аналітики є критично важливим для прийняття обґрунтованих рішень і покращення бізнес-процесів. Аналіз великих обсягів даних дозволяє компаніям краще розуміти поведінку клієнтів, визначати нові ринкові можливості та оптимізувати внутрішні процеси. Наприклад, компанія Ajax Systems[58] активно використовує дані для оптимізації роботи своїх систем охорони, що дозволяє забезпечити високий рівень безпеки та задоволення клієнтів. Використання аналітики допомагає компаніям адаптувати свої стратегії в реальному часі, реагуючи на зміни в ринковому середовищі. Як зазначено у книзі "The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling"[59] за авторством Ральфа Кімбала, аналіз даних може суттєво змінити підхід до прийняття рішень та оптимізації бізнес-процесів.

Орієнтація на глобальний ринок та адаптація продуктів і послуг для міжнародних клієнтів є ще одним важливим аспектом стратегії українських компаній. Вихід на міжнародні ринки дозволяє компаніям розширити свою присутність та збільшити обсяги продажів. Це вимагає адаптації продуктів до специфічних потреб різних регіонів, врахування культурних відмінностей та забезпечення високого рівня підтримки клієнтів на місцевих ринках. Наприклад, Readdle[60] успішно адаптує свої додатки для користувачів з різних країн, що дозволяє компанії завойовувати нові ринки і збільшувати свою частку на міжнародному рівні.

Партнерство та співпраця з іншими компаніями, університетами та дослідницькими інститутами також відіграють важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності. Спільні проекти та обмін знаннями дозволяють компаніям швидше розробляти нові продукти та впроваджувати інновації. Інноваційні екосистеми, такі як інкубатори та акселератори, забезпечують підтримку стартапів та сприяють розвитку інноваційних проектів. Цей підхід дозволяє компаніям залучати нові ідеї та технології, що сприяє їхньому розвитку та зміцненню позицій на ринку.

Гнучкість та адаптивність до змін є ще одним ключовим пріоритетом для українських компаній. У швидкозмінному технологічному середовищі здатність швидко реагувати на нові виклики та можливості є вирішальною для успіху. Компанії повинні бути готові адаптувати свої стратегії та операційні процеси, впроваджуючи нові технології та методи роботи. Це дозволяє їм зберігати конкурентні переваги та ефективно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі.

Формування корпоративної культури, орієнтованої на інновації, є також важливим елементом стратегічного успіху. Створення середовища, що сприяє генерації нових ідей та експериментуванню, допомагає залучати та утримувати талановитих працівників. Підтримка відкритої комунікації та співпраці між різними відділами компанії дозволяє забезпечити ефективну реалізацію інноваційних проектів.

Успішне впровадження цих стратегічних пріоритетів дозволяє українським компаніям досягати високого рівня конкурентоспроможності на світовому ринку технологій. Розглянуті кейси успішних українських компаній демонструють, що стратегічний фокус на інновації, якість та використання сучасних технологій може значно підвищити конкурентоспроможність компанії на світовому ринку. Ці принципи можуть служити основою для розробки ефективних стратегій розвитку інших вітчизняних компаній, що прагнуть досягти успіху в умовах глобальної конкуренції.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світових ринках було зроблено ряд важливих висновків, що мають як теоретичне, так і практичне значення.

Теоретичний аналіз підтвердив, що інновації є ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності високотехнологічних компаній. Інноваційні стратегії включають продуктові, процесні та бізнес-модельні інновації, які дозволяють компаніям не тільки адаптуватися до змін ринку, але й активно формувати нові ринкові можливості. У процесі систематизації та узагальнення теоретичних підходів було визначено, що унікальні ресурси, такі як патенти, ноу-хау та кваліфікований персонал, є вирішальними для створення та підтримки конкурентних переваг. Встановлено, що теорія ресурсів та здібностей (Resource-Based View) є важливою основою для розуміння механізмів формування конкурентних переваг.

Визначення механізмів розробки та впровадження корпоративних інноваційних стратегій продемонструвало, що успішні компанії використовують системний підхід, який включає аналіз ринку, визначення стратегічних цілей та впровадження новітніх технологій. Аналітичні методи порівняння виявили, що компанії, які застосовують інноваційні підходи, такі як Agile та дизайн-мислення, досягають більшої гнучкості та ефективності у своїх операціях. Метод індукції допоміг визначити загальні принципи впровадження інноваційних стратегій на основі конкретних випадків успішних компаній. Це включає створення сприятливого інноваційного середовища, стимулювання творчості та експериментування, а також активну співпрацю з зовнішніми партнерами.

Методики оцінки ефективності інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світових ринках підтвердили, що графічний аналіз та розрахункові статистичні методи є важливими інструментами для кількісної оцінки ефективності. Виявлено, що рентабельність інвестицій (ROI),

чиста теперішня вартість (NPV) та внутрішня норма рентабельності (IRR) є ключовими показниками, які дозволяють оцінити фінансову ефективність інноваційних проектів. Високий показник ROI свідчить про успішність інноваційного проекту, оскільки він вказує на високий рівень прибутковості від вкладених інвестицій. Позитивний NPV означає, що проект створює вартість для компанії, враховуючи часовий фактор вартості грошей. Високий IRR свідчить про те, що інноваційний проект має потенціал для високої прибутковості.

Аналіз сучасних трендів світового ринку високотехнологічної продукції за допомогою методу спостереження та логічного узагальнення виявив ключові тенденції, такі як зростання попиту на екологічно чисті технології, підвищення ролі штучного інтелекту та автоматизації. Ці тренди визначають напрямки розвитку високотехнологічних компаній та впливають на їхні інноваційні стратегії. Встановлено, що компанії, які активно впроваджують екологічні та цифрові інновації, досягають більшої конкурентоспроможності та стійкості на ринку.

Бенчмаркінг інноваційних стратегій високотехнологічних компаній на світовому ринку за допомогою аналітичних методів порівняння та систематизації виявив, що провідні компанії, такі як Tesla, Amazon, Google, систематично впроваджують інновації, що сприяє їхньому зростанню та зміцненню позицій на глобальному ринку. Ці компанії демонструють, що інноваційний підхід дозволяє створювати продукти та послуги, які відповідають сучасним потребам споживачів та встановлюють нові стандарти у своїх галузях. Важливим аспектом успіху цих компаній є постійне оновлення та покращення продуктів, орієнтація на потреби клієнтів та швидка адаптація до змін ринку.

Оцінка значення мережевізації інноваційної діяльності в контексті нарощення міжнародної конкурентоспроможності підкреслила, що мережевізація сприяє обміну знаннями та технологіями, що підвищує ефективність інноваційних процесів. Метод систематизації та індукції допоміг вивести загальні висновки про вплив мережевізації на конкурентоспроможність, підкресливши важливість співпраці з міжнародними партнерами та залучення зовнішніх знань. Встановлено,

що створення інноваційних кластерів та партнерських мереж сприяє швидшому розвитку інновацій та зміцненню позицій компаній на міжнародних ринках.

Оцінка ефективності імплементації інноваційних стратегій високотехнологічними компаніями України за допомогою графічного аналізу та розрахункових статистичних методів виявила, що українські компанії активно впроваджують інновації, проте стикаються з рядом викликів, таких як недостатність фінансових ресурсів та обмежений доступ до новітніх технологій. Аналіз виявив, що використання світового досвіду та адаптація успішних інноваційних стратегій можуть сприяти підвищенню їх конкурентоспроможності. Зокрема, важливою є співпраця з міжнародними організаціями та використання сучасних методологій управління, таких як Agile та дизайн-мислення.

Визначення стратегічних пріоритетів формування високого конкурентного статусу вітчизняних компаній на світовому ринку технологій за допомогою методу логічного узагальнення та систематизації дозволило сформулювати рекомендації щодо інвестування в дослідження та розробки, розвитку співпраці з міжнародними партнерами, активного використання сучасних технологій та методологій. Встановлено, що впровадження інноваційних підходів до управління сприятиме швидкій адаптації до змін та підвищенню ефективності бізнес-процесів. Зокрема, важливим є розвиток інноваційної культури, стимулювання творчості та підтримка підприємницької ініціативи серед працівників.

Загалом, дослідження підтверджує, що інноваційні стратегії є невід'ємною складовою успішного розвитку високотехнологічних компаній на світових ринках. Використання передового світового досвіду та адаптація його до українських реалій сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних компаній, їх інтеграції в глобальні ринки та стійкому економічному зростанню. Важливими є інвестиції в дослідження та розробки, розвиток співпраці з міжнародними партнерами та впровадження сучасних методологій управління, що дозволить українським компаніям досягти високого рівня конкурентоспроможності на світовому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Resource-Based View, *RBV*.
URL: <https://strategicmanagementinsight.com/tools/resource-based-view/>
2. Apple Brand Loyalty Statistics: Latest Data & Summary. URL:
<https://wifitalents.com/statistic/apple-brand-loyalty/#:~:text=In%202021%2C%20Apple's%20customer%20retention,indicating%20a%20loyal%20young%20base>. (Дата звернення 13.03.2024)
3. Toyota Production System. URL: <https://toyota-bt.com/ua/materials/toyota-production-system> (Дата звернення 14.03.2024)
4. Dynamic Capabilities Theory.
URL: https://www.researchgate.net/publication/325257001_Dynamic_capabilities_theory_Pinning_down_a_shifting_concept (Дата звернення 18.03.2024)
5. Three types of innovation. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/three-types-of-innovation> (Дата звернення 19.03.2024)
6. А.О. Касич, Г.О. Ляшенко. Інновації як чинник конкурентоспроможності Міжнародних автомобільних компаній. URL:
http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2022/10.pdf (Дата звернення 20.03.2024)
7. Clayton Christensen "The Innovator's Dilemma"
8. The History of Amazon Prime and Their Followed Success. URL:
<https://www.extensiv.com/blog/evolution-of-amazon-prime#:~:text=Jeff%20Bezos%20created%20Amazon%20Prime,roughly%204%2D5%20business%20days> (Дата звернення 22.03.2024)
9. The Technology In Amazon Alexa – The Tech Behind Series. URL:
<https://intuji.com/the-tech-behind-amazon-alexa/> (Дата звернення 22.03.2024)
10. Google Street View: Capturing the World at Street Level.
URL: https://www.researchgate.net/publication/220478096_Google_Street_View_Capturing_the_World_at_Street_Level (Дата звернення 22.03.2024)

11. Forbes on Microsoft Azure.

URL: <https://www.forbes.com/sites/marcochiappetta/2022/09/07/ampere-continues-blazing-a-trail-for-efficient-high-performance-cloud-native-processors/?sh=3034dd3233d8> (Дата звернення 22.03.2024)

12. A Year In Review Of IBM's Ambitious AI Strategy. URL:

<https://www.forbes.com/sites/patrickmoorhead/2024/02/01/a-year-in-review-of-ibms-ambitious-ai-strategy/?sh=7b17157831d4> (Дата звернення 23.03.2024)

13. Модель Осло. URL: <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm> (Дата звернення 23.03.2024)

14. Бачало І.Б - Методологічні підходи до аналізу виводу товарів та послуг на нові ринки. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/14_1_2017ua/5.pdf (Дата звернення 01.04.2024)

15. Постановка розумних цілей. URL: <https://pdatu.edu.ua/images/vihovna-robota/psiholog/ps10.pdf> (Дата звернення 1.04.2024)

16. Balanced Scorecard. URL:

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/balanced-scorecard/#:~:text=What%20is%20a%20Balanced%20Scorecard,and%20plan%20their%20routine%20activities>. (Дата звернення 01.04.2024)

17. Robert Martin - Agile Software Development

18. What is Agile methodology. URL: <https://www.edubridgeindia.com/blog/understanding-what-is-agile-methodology/> (Дата звернення 1.04.2024)

19. What is design thinking. URL: <https://miro.com/research-and-design/what-is-design-thinking/> (Дата звернення 01.04.2024)

20. Henry Chesbrough - Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology

21. Return on Investment (ROI): How to Calculate It and What It Means.

URL: <https://www.investopedia.com/terms/r/returnoninvestment.asp> (Дата звернення 01.04.2024)

22. Net Present Value (NPV): What It Means and Steps to Calculate It.

URL: <https://www.investopedia.com/terms/n/npv.asp> (Дата звернення 01.04.2024)

23. Internal Rate of Return (IRR): Formula and Examples

URL: <https://www.investopedia.com/terms/i/irr.asp> (Дата звернення 01.04.2024)

24. What Is A KPI? Definition & Examples.

URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-a-kpi-definition-examples/>
(Дата звернення 01.04.2024)

25. W. Chan Kim and Renée Mauborgne - Blue Ocean Strategy (expanded edition)

26. Rajkumar Buyya and Amir Vahid Dastjerdi - Internet of Things: Principles and Paradigms

27. Number of Internet of Things (IoT) connected devices worldwide from 2019 to 2023, with forecasts from 2022 to 2030. URL:

<https://www.statista.com/statistics/1183457/iot-connected-devices-worldwide/> (Дата звернення 01.04.2024)

28. Melanie Mitchell- Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans

29. Artificial Intelligence (AI) Market (By Offering: Hardware, Software, Services; By Technology: Machine Learning, Natural Language Processing, Context-Aware Computing, Computer Vision; By Deployment: On-premise, Cloud; By Organization Size: Large enterprises, Small & medium enterprises; By Business Function: Marketing and Sales, Security, Finance, Law, Human Resource, Other; By End-Use:)- Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, Regional Outlook, and Forecast 2023-2032. URL: <https://www.novaoneadvisor.com/report/artificial-intelligence-market> (Дата звернення 05.04.2024)

30. Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think" by Viktor Mayer-Schönberger and Kenneth Cukier.

31. Big Data Market Size Set to Achieve USD 473.6 Billion by 2030 growing at 12.7% CAGR - Exclusive Report by Acumen Research and Consulting.

URL: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/12/15/2575145/0/en/Big-Data-Market-Size-Set-to-Achieve-USD-473-6-Billion-by-2030-growing-at-12-7-CAGR-Exclusive-Report-by-Acumen-Research-and-Consulting.html> (Дата звернення 05.04.2024)

32. Global Enterprise Blockchain Market By Component (Solution, Blockchain as a Service), By Application (Digital Identity, Exchanges, Payments, Smart Contracts, Supply Chain Management, and Other Applications), By End-User (Financial Services, Government, Healthcare, Media & Entertainment, Retail, and Other End-Users), By Region and Companies - Industry Segment Outlook, Market Assessment, Competition Scenario, Trends and Forecast 2023-2032. URL: <https://market.us/report/enterprise-blockchain-market/> (Дата звернення 05.04.2024)
33. George Stalk Jr - Competing Against Time: How Time-Based Competition is Reshaping Global Markets.
34. Stock Analysis. URL: <https://stockanalysis.com/> (Дата звернення 05.04.2024)
35. Stock Analysis - *Apple Inc (AAPL)* URL: <https://stockanalysis.com/stocks/aapl/market-cap/> (Дата звернення 05.04.2024)
36. Stock Analysis - *Meta Platforms, Inc. (META)* URL: <https://stockanalysis.com/stocks/meta/market-cap/> (Дата звернення 05.04.2024)
37. Stock Analysis – *Sony*. URL: <https://stockanalysis.com/stocks/sony/market-cap/> (Дата звернення 05.04.2024)
38. Stock Analysis - *Alphabet Inc. (GOOG)*
URL: <https://stockanalysis.com/stocks/goog/market-cap/> (Дата звернення 05.04.2024)
39. Stock Analysis - *Microsoft Corporation (MSFT)*. URL: <https://stockanalysis.com/stocks/msft/market-cap/> (Дата звернення 06.04.2024)
40. Y combinator. URL: <https://www.ycombinator.com/> (Дата звернення 10.05.2024)
41. Seedcamp. URL: <https://seedcamp.com/> (Дата звернення 10.05.2024)
42. MIT Media Lab. URL: <https://www.media.mit.edu> (Дата звернення 10.05.2024)
43. Silicon Valley. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/siliconvalley.asp> (Дата звернення 10.05.2024)
44. AnnaLee Saxenian - “Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128”.
45. “Start-up Nation”. URL: <https://startupnationcentral.org/> (Дата звернення 10.05.2024)

46. "Софія Антиполіс"

URL: <https://www.wikiwand.com/uk/%D0%A1%D0%BE%D1%84%D1%96%D1%8F%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%81> (Дата звернення 10.05.2024)

47. The Reality of Silicon Valley. URL: <https://thoughtconomics.com/the-reality-of-silicon-valley/#:~:text=The%20San%20Francisco%20Bay%20Area,smaller%20than%20Turkey%20and%20Indonesia>. (Дата звернення 11.05.2024)

48. The Significant Impact of the High-Tech Industry on Israel's Gross Domestic Product Introduction. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/significant-impact-high-tech-industry-israels-gross-domestic-gavriel-xherf#:~:text=high%2Dtech%20world.-,The%20Impact%20of%20the%20High%2DTech%20Industry%20on%20Israel's%20GDP,of%20the%20country's%20industrial%20exports>. (Дата звернення 12.05.2024)

49. Horizon 2020. URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-2020_en (Дата звернення 11.05.2024)

50. Укрзалізниця. URL: <https://www.unian.ua/economics/transport/nove-kerivnictvo-stari-problemi-koli-ukrzaliznicya-stane-na-reyki-yevropeyskoji-yakosti-12226167.html> (Дата звернення 20.05.2024)

51. Укрзалізниця почала використовувати III. URL: https://lb.ua/society/2023/05/11/554772_ukrzaliznitsya_pochala.html (Дата звернення 20.05.2024)

52. Нова пошта. URL: <https://dou.ua/lenta/interviews/interview-with-nova-post/> (Дата звернення 20.05.2024)

53. Мережа поштоматів Нової Пошти URL: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/11711> (Дата звернення 21.05.2024)

54. Перелік новин про Приват Банк та Приват24.
URL: <https://tsn.ua/tags/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA> (Дата звернення 24.05.2024)

55. Приват 24. URL: <https://hromadske.ua/posts/privatbank-zapustiv-onovlenij-privat24>
(Дата звернення 24.05.2024)
56. Grammarly. URL: <https://jobs.dou.ua/companies/grammarly/> (Дата звернення
26.05.2024)
57. Petcube, Inc. URL: <https://jobs.dou.ua/companies/petcube-inc/> (Дата звернення
26.05.2024)
58. Ajax. URL: <https://jobs.dou.ua/companies/ajax-systems/> (Дата звернення
26.05.2024)
59. Ralph Kimball - "The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling"
60. Readle. URL: <https://happymonday.ua/company/readle> (Дата звернення 26.05.2024)

ДОДАТКИ

Додаток А

Огляд зарубіжної літератури

1. The Innovator's Dilemma by Clayton Christensen

"The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business" by Clayton M. Christensen is a seminal work in the field of innovation management and business strategy. Published in 1997, this book introduces the concept of "disruptive innovation," explaining how well-managed companies can fail by focusing too much on existing products and technologies while neglecting new, disruptive technologies that initially serve niche markets but eventually reshape industries. Christensen's case studies across various sectors illustrate how companies like Xerox and IBM lost their market dominance by not adapting to these changes. This book has fundamentally changed how businesses think about innovation, encouraging a focus on continuous adaptation and strategic flexibility. Christensen's insights remain highly influential in the fields of business strategy and innovation management, making this essential reading for business leaders and entrepreneurs.

2. Agile Software Development by Robert Martin

"Agile Software Development" by Robert C. Martin, often referred to as "Uncle Bob," is a cornerstone in the software engineering and project management fields. Published in 2002, this book delves into the principles and practices of Agile methodology, emphasizing flexibility, collaboration, and customer feedback. Martin outlines key Agile concepts such as iterative development, test-driven development (TDD), and continuous integration, providing practical guidance for implementing these practices in software projects. The book highlights the importance of clean code, refactoring, and maintaining a sustainable pace, aiming to improve both productivity and

software quality. Martin's work has profoundly impacted how software development is approached, fostering a shift towards more adaptive and customer-centric methodologies in the tech industry.

3. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology by Henry Chesbrough

Henry Chesbrough's "Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology," published in 2003, revolutionizes the traditional view of innovation within companies. Chesbrough argues that the closed model of innovation, where R&D is confined within the organization, is obsolete. Instead, he advocates for an open innovation model where firms can and should use external ideas and technologies in conjunction with internal ones. This approach accelerates innovation, reduces costs, and leverages external resources and knowledge. Chesbrough provides numerous examples of companies successfully implementing open innovation, such as Procter & Gamble and IBM, demonstrating the model's practicality and benefits. This book has significant implications for R&D management, encouraging firms to adopt a more open and collaborative approach to innovation.

4. Blue Ocean Strategy by W. Chan Kim and Renée Mauborgne (expanded edition)

"Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant" by W. Chan Kim and Renée Mauborgne, first published in 2005 and expanded in later editions, presents a transformative approach to business strategy. Kim and Mauborgne introduce the concept of "blue oceans," or untapped market spaces ripe for innovation, as opposed to "red oceans," where companies fiercely compete in existing markets. Through case studies and analytical tools, the authors demonstrate how companies can break out of competition by creating unique products or services that open new demand. This strategy not only leads to differentiation but also lowers costs. The book has been widely acclaimed for its practical frameworks and innovative thinking, influencing strategic planning and market development across industries.

5. Internet of Things: Principles and Paradigms by Rajkumar Buyya and Amir Vahid Dastjerdi

"Internet of Things: Principles and Paradigms," edited by Rajkumar Buyya and Amir Vahid Dastjerdi, published in 2016, is a comprehensive guide to the burgeoning field of IoT. This book covers the foundational principles, architecture, and applications of IoT, providing insights into how connected devices can transform industries and everyday life. The authors discuss various paradigms such as smart cities, industrial IoT, and IoT security, supported by case studies and practical examples. This volume is essential for understanding the technological and societal impacts of IoT, making it a crucial resource for researchers, practitioners, and policymakers aiming to leverage IoT for innovation and efficiency.

6. Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans by Melanie Mitchell

"Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans" by Melanie Mitchell, published in 2019, provides an accessible yet thorough introduction to AI for the general public and experts alike. Mitchell explains complex AI concepts and technologies in a clear and engaging manner, addressing both the potential and the limitations of AI. She covers topics such as machine learning, neural networks, and the ethical implications of AI, drawing on her extensive experience in the field. Mitchell's balanced perspective offers insights into how AI is shaping various sectors and what future developments might entail. This book is particularly valuable for readers seeking a nuanced understanding of AI beyond the hype.

7. Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think by Viktor Mayer-Schönberger and Kenneth Cukier

"Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think" by Viktor Mayer-Schönberger and Kenneth Cukier, published in 2013, explores the profound impact of big data on various aspects of society. The authors argue that the ability to analyze vast amounts of data in real-time is transforming industries, from healthcare to marketing. They discuss the opportunities and challenges associated with

big data, including issues of privacy, data security, and ethical considerations. This book has been instrumental in highlighting the significance of big data analytics, influencing both academic research and practical applications across diverse fields.

8. Competing Against Time: How Time-Based Competition is Reshaping Global Markets by George Stalk Jr.

"Competing Against Time: How Time-Based Competition is Reshaping Global Markets" by George Stalk Jr., published in 1990, introduces the concept of time-based competition. Stalk argues that the speed of response to market demands can be a critical competitive advantage. By analyzing case studies from various industries, he demonstrates how companies that streamline their processes and reduce time-to-market can outperform competitors. The book provides practical strategies for implementing time-based competition, such as just-in-time production and rapid product development. Stalk's insights have had a lasting impact on business strategy, emphasizing the importance of agility and responsiveness in a fast-paced global market.

9. Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128 by AnnaLee Saxenian

"Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128" by AnnaLee Saxenian, published in 1994, examines the contrasting economic dynamics of two major technology hubs: Silicon Valley in California and Route 128 in Massachusetts. Saxenian explores how cultural and organizational differences influenced the development and success of these regions. She argues that the collaborative culture and network-based organization of Silicon Valley fostered innovation and flexibility, whereas the more hierarchical and insular culture of Route 128 hindered its adaptability. This comparative study provides valuable insights into the factors that drive regional economic success and innovation, contributing to the broader understanding of industrial and regional development.

10. The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling by Ralph Kimball

"The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling" by Ralph Kimball, first published in 1996 and updated in subsequent editions, is a comprehensive guide to data warehousing and dimensional modeling. Kimball, a leading expert in the field, provides practical methodologies for designing and implementing data warehouses. The book covers essential topics such as star schema design, data integration, and ETL processes, offering detailed case studies and best practices. Kimball's approach to dimensional modeling has become a standard in the industry, making this book an indispensable resource for data professionals seeking to build effective and scalable data warehouses.

Annotation

Miednikov K.D. “Innovative Strategies of High-Tech Companies in Global Markets”.

Manuscript.

Qualifying bachelor's thesis on specialty 292 «International economic relations», 2024.

The bachelor's thesis “Innovative Strategies of High-Tech Companies in Global Markets” is devoted to a comprehensive study of the theoretical foundations and practical implementation of innovative strategies by high-tech companies in the global marketplace. The study examines the concept and significance of innovation in gaining competitive advantage, with a particular focus on the high-tech sector. It analyzes current examples of innovative strategies employed by leading global companies and evaluates their effectiveness. Special attention is given to the application of these strategies by Ukrainian high-tech companies and the potential for adopting global best practices to enhance their competitiveness in international markets. The thesis also includes a critical review of scientific literature on innovation management and offers practical recommendations for Ukrainian companies aiming to implement effective innovation strategies.

Key words: Innovative strategies, high-tech companies, global markets, competitiveness, Ukraine, best practices, innovation management.

Короткий звіт за результатами перевірки кваліфікаційної роботи
антиплагіатною інтернет-системою Unicheck



Ім'я користувача:
Доцент кафедри європейської економіки і бізнесу Л...

ID перевірки:
1016313919

Дата перевірки:
03.06.2024 11:30:03 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
03.06.2024 13:03:07 EEST

ID користувача:
100005726

Назва документа: КБР_Медніков_К_Д_Інноваційні_стратегії_високотехнологічних_компаній_на_світових_ринках

Кількість сторінок: 67 Кількість слів: 13924 Кількість символів: 116126 Розмір файлу: 631.94 KB ID файлу: 1016111108

4.04%
Схожість

Найбільша схожість: 0.51% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1016105506)

2.64% Джерела з Інтернету

272

Сторінка 69

3.63% Джерела з Бібліотеки

489

Сторінка 71

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнено

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

0%
Вилучень

Немає вилучених джерел