

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Кафедра міжнародних економічних відносин

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

(підпис)

(прізвище та ініціали)

_____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини»
на тему «ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС-
СЕРЕДОВИЩІ»

Здобувача вищої освіти 4 курсу _____

Федоренко Д.М.

групи МЕ 91-а

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Керівник _____

(посада, науковий ступінь)

(підпис)

Таранюк Л.М.

Суми – 2023 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Кафедра міжнародних економічних відносин

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

(спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»)

здобувачу 4 курсу, групи МЕ 91-а

Федоренко Д. М.

1. Тема роботи Інноваційний розвиток у міжнародному бізнес-середовищі затверджена наказом по університету від «__» _____ 2023 року № _____
2. Термін подання здобувачем закінченої роботи «__» _____ 2023 року.
3. Мета кваліфікаційної роботи – розкриття принципів та факторів успішного інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі
4. Об'єкт дослідження – інноваційний розвиток в міжнародному бізнес-середовищі.
5. Предмет дослідження – процес інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі.
6. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах Світового банку, Державної служби статистики України, Global Innovation Index.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної бакалаврської роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

Розділ 1 Теоретичні основи аналізу інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі - 05.05.2023

У розділі 1

дослідити теоретико-методологічний досвід інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі;

Розділ 2 Особливості інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі - 26.05.2023

У розділі 2

провести аналіз інноваційних проектів, реалізованих підприємствами в міжнародному бізнес-середовищі, проаналізувати стратегії та інноваційну культуру в підприємствах міжнародного бізнесу;

Розділ 3 Аналіз взаємозв'язку інноваційного розвитку та міжнародної бізнес-стратегії - 01.06.2023

У розділі 3

Проаналізувати взаємозв'язок між інноваційним розвитком і міжнародними стратегіями відомих компаній та спрогнозувати інноваційний розвиток в міжнародному бізнес-середовищі на основі міжнародних бізнес-стратегій.

8. Консультації щодо роботи:

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | дата | |
|--------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| 1 | Ден проф. Таранюк Л.М. | 1.05.2023 | 10.05.2023 |
| 2 | Ден проф. Таранюк Л.М. | 11.05.2023 | 20.05.2023 |
| 3 | Ден проф. Таранюк Л.М. | 21.05.2023 | 1.06.2023 |

9. Дата видачі завдання: «1»05 2023 року

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему

«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС-
СЕРЕДОВИЩІ»

здобувача Федоренко Д. М.

Основний зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи викладено на 37 сторінках, зокрема список використаних джерел із 40 найменувань, який розміщено на 5 сторінках. Робота містить 2 таблиці та 3 рисунки.

Інноваційний розвиток є ключовим фактором успіху підприємств у сучасному світі. В умовах глобалізації та швидких змін на ринку, компанії, які здатні інноваційно розвиватися, мають перевагу над своїми конкурентами. Вивчення цієї теми дозволяє розуміти сутність інноваційного процесу, а також способи впровадження та управління інноваціями у міжнародному бізнесі.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи полягає в розкритті принципів та факторів успішного інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі, що може слугувати основою для подальших досліджень у цій галузі.

Мета роботи реалізується шляхом виконання наступних завдань:

- Визначити основні поняття інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі.
- Дослідити інноваційні проекти, реалізовані підприємствами в міжнародному бізнес-середовищі.
- Проаналізувати інноваційну культуру в підприємствах міжнародного бізнесу.
- Проаналізувати взаємозв'язок між інноваційним розвитком і міжнародними стратегіями відомих компаній.

- Проаналізувати зібрані дані про інноваційний розвиток у міжнародному бізнес-середовищі, та на основі їх встановити тенденції та взаємозв'язки.
- Сформулювати рекомендації для підприємств та держави щодо стимулювання інноваційного розвитку у міжнародному бізнес-середовищі.

У процесі дослідження залежно від цілей і завдань були використані відповідні методи дослідження економічних процесів, серед яких аналітичний, спостереження та аналіз документів, кейс-стаді та метод статистичного аналізу.

Отримані результати кваліфікаційної бакалаврської роботи:

1. Інноваційний розвиток в міжнародному бізнес-середовищі є важливим елементом успішної діяльності компанії. Для досягнення успіху у цій сфері, компанії повинні бути готові до ризиків та розробляти стратегії керування ризиками, що дозволить їм знизити витрати та підвищити шанси на успіх проекту. Розвиток інноваційного процесу повинен бути постійним процесом, заснованим на дослідженнях, аналізах та постійному вдосконаленні.
2. Основною метою інноваційної стратегії підприємства є швидкий перехід до інноваційної моделі розвитку економіки шляхом проведення структурних та функціональних змін у системі управління. Ці зміни повинні сприяти розширенню можливостей виробництва конкурентоспроможної продукції та послуг, що задовольняють зростаючі потреби місцевого господарського комплексу, економіки країни та особистого споживання населення.
3. Активна робота в напрямку інновацій, співпраця з партнерами та використання новітніх технологій становлять основу успіху в глобальному ринковому середовищі. Необхідно постійно стежити за змінами в галузі, прогнозувати тенденції та швидко реагувати на них, щоб забезпечити своє провідне місце в міжнародному бізнес-середовищі.

4. Підприємства, які успішно впроваджують інноваційну культуру, мають переваги у формуванні стратегії розвитку та адаптації до змін. Вони здатні швидко реагувати на зміни ринкових умов, впроваджувати нові технології і процеси, а також залучати талановитих співробітників, які допомагають утримувати підприємство на передових позиціях.
5. Міжнародні бізнес-стратегії мають великий потенціал для стимулювання інноваційного розвитку підприємств. Вони дозволяють підприємствам отримувати доступ до нових ресурсів, знань та технологій, а також створюють середовище, що сприяє творчості та інноваційному мисленню. Однак, для успішного впровадження міжнародних бізнес-стратегій, підприємства повинні мати якісну організаційну структуру, здатність до адаптації та готовність до постійного вдосконалення.
6. Прогнозування інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі вимагає гнучкості, адаптивності та постійного оновлення стратегій. Передбачити майбутні інновації та їх вплив на компанії можливо шляхом використання різноманітних методів прогнозування, таких як: екстраполяція тенденцій, розробка дорожньої карти продукту і технології, регресійні моделі, економетричні моделі, симуляція, опитування клієнтів або ринку, брейнштормінг, бенчмаркінг, метод Дельфі або експертна думка та розробка сценаріїв.

Ключові слова: ІННОВАЦІЇ, ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК, МІЖНАРОДНЕ БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩЕ, ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА, СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2023 рік

Рік захисту роботи – 2023 рік

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ..... | 6 |
| 1.1 Основні поняття інноваційного розвитку в міжнародному бізнес- середовищі..... | 6 |
| 1.2 Роль інноваційного розвитку в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств в міжнародному бізнес-середовищі..... | 9 |
| 1.3 Фактори, що впливають на інноваційний розвиток підприємств у міжнародному бізнес-середовищі..... | 12 |
| 2 ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ..... | 16 |
| 2.1 Аналіз інноваційних проектів, реалізованих підприємствами в міжнародному бізнес-середовищі..... | 16 |
| 2.2 Стратегії інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі.... | 21 |
| 2.3 Інноваційна культура в підприємствах міжнародного бізнесу..... | 24 |
| 3 АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА МІЖНАРОДНОЇ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ..... | 29 |
| 3.1 Вплив міжнародних бізнес-стратегій на інноваційний розвиток підприємств..... | 29 |
| 3.2 Аналіз взаємозв'язку між інноваційним розвитком і міжнародними стратегіями відомих компаній..... | 34 |

| | |
|---|----|
| 3.3 Прогнозування інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі на основі міжнародних бізнес-стратегій..... | 39 |
| ВИСНОВКИ..... | 44 |
| ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ..... | 46 |

ВСТУП

В сучасному світі, де швидкість технологічного розвитку зростає з кожним роком, інновації стають ключовим фактором розвитку бізнесу. Компанії, що здатні швидко реагувати на нові технології та тренди, мають перевагу в конкурентній боротьбі. Однак, інноваційний розвиток в міжнародному бізнес-середовищі є більш складним процесом, який вимагає уваги до різних факторів, таких як культурні відмінності, правові норми та геополітична ситуація.

Ця кваліфікаційна робота присвячена вивченню основних понять інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі та їх впливу на діяльність компаній. Буде розглянуто різні аспекти, що стосуються інновацій, такі як технології, інтелектуальна власність, кластери, глобалізація та державна політика. Також розглянутья проблеми, пов'язані з управлінням інноваційним процесом та культурними відмінностями, які впливають на міжнародний бізнес.

Дослідження цієї теми має важливість для практиків та менеджерів у галузі міжнародного бізнесу, оскільки воно допоможе зрозуміти важливість інноваційного розвитку та впровадження інноваційних процесів в компанії. Крім того, вивчення цієї теми має значення для академічного світу, які можуть використовувати отримані результати для розробки нових теоретичних та прикладних підходів до дослідження інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі.

Метою даної кваліфікаційної роботи є розкриття принципів та факторів успішного інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі, що може слугувати основою для подальших досліджень у цій галузі.

Об'єктом дослідження є інноваційний розвиток в міжнародному бізнес-середовищі. Це означає, що у роботі буде розглянуто процеси та явища, пов'язані з впровадженням технологічних, організаційних, маркетингових та інших інновацій в міжнародному бізнесі, а також їх вплив на розвиток бізнесу та конкурентоспроможність компаній на міжнародному ринку.

Предметом дослідження є процес інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі. Дослідження буде спрямовано на вивчення таких аспектів як:

- Особливості впровадження технологічних, організаційних, маркетингових та інших інновацій в міжнародний бізнес-середовищі.
- Фактори, які впливають на інноваційний розвиток міжнародних компаній, зокрема, глобалізація, зміна клієнтських потреб, технологічний прогрес та ін.
- Ефективність впровадження інновацій та їх вплив на конкурентоспроможність міжнародних компаній.
- Роль міжнародного бізнес-середовища в інноваційному розвитку та можливості співпраці компаній з різних країн у цій сфері.
- Проблеми та перешкоди, що виникають під час впровадження інновацій в міжнародному бізнесі та шляхи їх подолання.

Завдання даної кваліфікаційної роботи полягає в дослідженні процесу інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі та його впливу на конкурентоспроможність міжнародних компаній.

Для проведення дослідження процесу інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі будуть використані наступні методи:

1. Аналітичний метод - включає вивчення наукових джерел, законів, теорій та статистичних даних з метою аналізу та узагальнення

інформації про процес інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі.

2. Метод статистичного аналізу - дозволяє провести аналіз статистичних даних, що стосуються інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі, та зробити висновки про ефективність впровадження інновацій у різних країнах та галузях.
3. Спостереження та аналіз документів - дозволяє зібрати інформацію про процес інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі за допомогою аналізу документів, звітів, новин тощо.
4. Кейс-стаді - дозволяє вивчити досвід впровадження інновацій в конкретних міжнародних компаніях та оцінити його ефективність.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

1.1 Основні поняття інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі

Інноваційний розвиток в міжнародному бізнес-середовищі є ключовим фактором для успіху компаній в сучасному світі. Інновації - це нововведення або ідеї, що призводять до створення нових продуктів, послуг, процесів або бізнес-моделей. Вони можуть бути технологічними або не технологічними та можуть змінювати спосіб, яким функціонують компанії і взаємодіють зі своїми клієнтами та конкурентами [1].

Одним із ключових понять, пов'язаних з інноваційним розвитком в міжнародному бізнес-середовищі, є інтелектуальна власність. Інтелектуальна власність - це права на результати інтелектуальної діяльності, такі як патенти, авторські права, товарні знаки тощо. Інтелектуальна власність є важливим інструментом для захисту інновацій і забезпечення їх комерціалізації.

Інноваційний розвиток в міжнародному бізнес-середовищі передбачає впровадження нових технологій, методів, продуктів та послуг, які дозволяють компаніям займати лідерські позиції на ринках, збільшувати прибуток та створювати нові можливості для розвитку [2].

Інноваційний розвиток являє собою постійний процес змін, які спрямовані на поліпшення якості виробництва та соціальної сфери. Ці зміни

відбуваються завдяки впровадженню та поширенню нових знань, машин та технологій в структуру виробництва та соціальне середовище [3, с. 6–12].

Для успішного впровадження інноваційних процесів в компанії необхідно мати ефективний менеджмент, який забезпечує контроль та впровадження інноваційних процесів. Також важливо захищати свої права на інтелектуальну власність, щоб захистити свої інноваційні продукти та послуги від незаконного використання та забезпечити свої права на вигоди від інновацій.

Державна підтримка та сприяння розвитку інновацій також є важливим фактором успішного впровадження інноваційних процесів в компанії. Держави можуть створювати сприятливі умови для розвитку інновацій, наприклад, шляхом фінансової підтримки, розробки науково-технічних програм та політик [4].

Інновації можна класифікувати за різними критеріями, такими як ступінь новизни, ступінь ризику, спосіб продажу та споживання. Основні типи інновацій, які використовуються в міжнародному бізнесі, включають технологічні, виробничі, продуктові та маркетингові інновації.

Технологічні інновації стосуються розробки нових технологій або застосування існуючих технологій в нових областях. Виробничі інновації стосуються покращення процесів виробництва, оптимізації використання ресурсів та зменшення витрат. Продуктові інновації стосуються створення нових або покращення існуючих продуктів та послуг. Маркетингові інновації стосуються змін в маркетингових стратегіях, що дозволяють досягати нових цільових аудиторій та забезпечувати зростання продажів [5].

Інновації можуть бути ключовим фактором успіху компанії в міжнародному бізнес-середовищі, проте впровадження нововведень може бути складним та ризикованим процесом. Для успішного впровадження

інновацій необхідно забезпечити належний рівень знань, вмінь та ресурсів, а також враховувати особливості міжнародного бізнес-середовища.

Основні ризики впровадження інновацій:

1. Фінансові ризики: впровадження інновацій часто потребує значних витрат на дослідження та розробку, виготовлення прототипів, маркетинг та продаж. Якщо проект не буде успішним, компанія може зазнати великих фінансових втрат.
2. Технічні ризики: впровадження нових технологій та продуктів може бути пов'язане з технічними труднощами, які можуть затягнути процес та збільшити витрати. Крім того, можуть виникнути технічні проблеми з пристосуванням нових технологій до існуючих систем та процесів виробництва.
3. Ризики зміни попиту: інновації можуть бути пов'язані зі змінами в потребах та вимогах ринку, але ці зміни можуть бути несподівані та непередбачувані. Це може призвести до невдачі проекту або до потреби перерозподілення ресурсів для адаптації до нових умов.
4. Конкурентні ризики: інновації можуть стати об'єктом копіювання або підражнення з боку конкурентів. Крім того, конкуренти можуть запроваджувати свої інновації, що можуть конкурувати з проектом компанії.
5. Ризики пов'язані зі зміною законодавства: інновації можуть бути пов'язані зі зміною законодавства, стандартів, правил та регуляторних вимог. Це може стати причиною затримки впровадження проекту або його затримки.
6. Ризики пов'язані зі зміною культури: інновації можуть вимагати зміни в культурі компанії, яка може бути пов'язана з внутрішніми конфліктами та неприйняттям нових ідей.

Але, потрібно розуміти, що ризики пов'язані з впровадженням інновацій є необхідною складовою процесу інноваційного розвитку компанії.

Компанії повинні розробляти стратегії зменшення ризиків та збільшення шансів на успіх проекту. Це може включати проведення досліджень та аналізів, співпрацю з партнерами, залучення експертів та розробку планів керування ризиками [6,7]. Це є дуже важливим етапом, бо близько 37% усіх стартапів зазнають поразки, у більшості випадків, через нестачу капіталу чи прибутковості.

Згідно з інформацією, наданою журналом "The Boss Magazine", наразі Чилі має найвищий рівень розвитку підприємництва серед країн світу. У 2021 році Чилі досягло позначки у 76% , і була визнана найкращою країною для відкриття бізнесу, враховуючи такі фактори, як інноваційність, спонсорування, освіта та страх провалу. За останніми статистичними даними, Індія та Гватемала також мають високі показники у розвитку підприємництва, досягаючи 69% і 67% відповідно, що є близькими показниками до Чилі [31].

Зважаючи на викладене, можна зробити висновок, що інноваційний розвиток в міжнародному бізнес-середовищі є важливим елементом успішної діяльності компанії. Для досягнення успіху у цій сфері, компанії повинні бути готові до ризиків та розробляти стратегії керування ризиками, що дозволить їм знизити витрати та підвищити шанси на успіх проекту. Розвиток інноваційного процесу повинен бути постійним процесом, заснованим на дослідженнях, аналізах та постійному вдосконаленні.

1.2 Роль інноваційного розвитку в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств в міжнародному бізнес-середовищі

Конкурентоспроможність є ключовим фактором, який визначає успіх підприємства в міжнародному бізнес-середовищі. У світі з постійно зростаючою конкуренцією, підприємства повинні бути готові до змін та

вдосконалення своєї діяльності, щоб залишатись конкурентоспроможними на ринку. У цьому контексті інноваційний розвиток відіграє важливу роль.

Інновації можуть бути ключовим елементом для забезпечення конкурентоспроможності підприємств у міжнародному бізнес-середовищі. Інноваційний розвиток дозволяє підприємствам пропонувати нові продукти та послуги, покращувати виробничі процеси, знижувати витрати та підвищувати ефективність виробництва. Інновації можуть також забезпечити перевагу підприємству на ринку, що дозволить йому отримати більше покупців, збільшити обсяги продажів та підвищити свою рентабельність.

Підприємства, які успішно впроваджують інновації, мають можливість стати лідерами на ринку та збільшити свою частку в ньому. Інноваційний розвиток дозволяє підприємствам не тільки забезпечити свою конкурентоспроможність на ринку, але й створити нові ринки та перспективи для розвитку свого бізнесу. Інноваційний розвиток може також допомогти підприємству покращити свою репутацію та позиціонування на ринку, що сприяє його успішному розвитку та збільшенню обсягів продажу [8].

Ставка на інновації є найбільш перспективним підходом у сучасних економічних умовах, оскільки вони дозволяють займати активну позицію в конкурентній боротьбі. Інновації надають конкурентні переваги на ринку і є ключовим фактором у формуванні світової економічної системи. Враховуючи вплив і способи створення конкурентної переваги, важливим є виділення двох головних видів інновацій: зростаючі і радикальні.

Зростаючі інновації означають систематичне удосконалення продуктів і технологій, які забезпечують поступове зростання конкурентоспроможності. Радикальні інновації, з іншого боку, створюють нові технології, продукти і концепції бізнесу, що дозволяє отримати тривалу конкурентну перевагу [9].

Як приростові, так і радикальні інновації впливають на три важливі для конкурентоспроможності сфери (табл.1.1): економіка і сектори, що її утворюють, підприємства і реалізовані ними бізнес-діяльності, продукти і процеси.

Таблиця 1.1 - Сфери впливу інновацій.

| Види інновацій | Сфери впливу інновацій | | |
|----------------|---|--|---|
| | Економіка та її сектори | Підприємства, бізнес діяльність | Продукти і процеси |
| Зростаючі | Стосунки між підприємствами (B2B) Інтеграція ланцюга поставок | Процеси удосконалення організації, (реінжиніринг, TQM) | Модифіковані процеси і продукти |
| Радикальні | Нові, інноваційні структури секторів і економіки | Створення нових бізнес-концепцій | Зміна конфігурації процесів Нові продукти |

В сфері економіки, зростаючі інновації впливають на зміну бізнес-стосунків типу B2B та поліпшення ланцюга поставок. Радикальні інновації створюють нові сектори економіки, включаючи підприємства нової економіки, що базуються на знаннях, а також інші сектори, які використовують біотехнології чи нанотехнології, що призводить до структурних змін усїєї економіки.

В сфері підприємств і їхньої бізнес-діяльності, зростаюча інноваційність пов'язана з удосконаленнями організації, такими як реінжиніринг, тоді як радикальні інновації створюють нові бізнес-концепції, що змінюють систему конкуренції та часто руйнують існуючий стан речей.

У сфері продуктів і процесів, зростаючі інновації призводять до їхнього поліпшення і модифікації, а радикальні інновації призводять до змін у конфігурації процесів і створенню нових продуктів та процесів [10].

У досягненні конкурентних переваг важливе визначення інноваційних можливостей підприємства, оскільки вони дозволяють формувати конкурентні переваги та розвиватися. Чинники, які допомагають формувати відмінності від інших компаній, є джерелом конкурентної переваги. Інноваційна діяльність підприємства допомагає посісти стійке положення на ринку та отримати додаткові конкурентні переваги. Для активізації інноваційної діяльності необхідно визначити впливові фактори, розвинути інноваційні можливості, організаційно забезпечити процес моніторингу та розробити моделі оцінки. Це допоможе вибрати найбільш ефективну інноваційну можливість та сформувати конкурентні переваги [11].

Зважаючи на дослідження та аналіз, можна стверджувати, що інноваційний розвиток є важливим чинником для забезпечення конкурентоспроможності підприємств в міжнародному бізнес-середовищі. Інновації дозволяють компаніям розширювати асортимент продуктів та послуг, поліпшувати якість та ефективність виробництва, зменшувати витрати, а також пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі.

У світі, де конкуренція на ринку стає все більш жорсткою, підприємства, які вкладаються в інновації, мають перевагу перед тими, які не розвиваються в цьому напрямку. Інновації дають можливість підприємствам займати лідерські позиції на ринку, збільшувати свою частку в ньому, а також залучати нових клієнтів і розширювати свої ринки збуту.

1.3 Фактори, що впливають на інноваційний розвиток підприємств у міжнародному бізнес-середовищі

Розвиток підприємства – це процес постійних трансформацій, які відбуваються з метою досягнення стратегічних цілей та забезпечення сталого інноваційного розвитку. Раціоналізація та інтеграція всіх процесів у системі управління підприємством є надзвичайно важливою задачею в цьому процесі. Це обумовлено необхідністю гармонізації множини багаторівневих цілей, які повинні бути узгоджені для досягнення успіху.

У сучасних умовах уряди різних країн інвестують величезні кошти на наукові дослідження та інноваційну діяльність, наприклад Німеччина на наукові дослідження та розробки направила близько 2,7% ВВП, США - 2,8%, Японія - близько 3,5%, країни з перехідною економікою у свою чергу витрачають значно менше. Проте в умовах кризи світової економіки на перший план виходить завдання підвищення ефективності використання коштів, виділених підприємствам та науковим колективам [14].

За даними Євростату, витрати на наукові дослідження та розробки в країнах Європейського Союзу становлять в середньому 2,01% від ВВП. Деякі країни виявилися більш активними у цьому напрямку, зокрема Фінляндія з витратами 3,31%, Швеція - 3,3%, Данія - 3,06%, Німеччина - 2,85%, Австрія - 2,81%, Словенія - 2,59%, Франція - 2,23% та Бельгія - 2,28%. З іншого боку, частка витрат на дослідження та розробки у Чорногорії, Румунії, Кіпрі, Латвії та Болгарії була меншою, коливаючись від 0,38% до 0,65% [32].

Як вже було виявлено, інноваційний розвиток є одним з ключових чинників успіху підприємств у міжнародному бізнес-середовищі. Проте існує безліч факторів, які впливають на інноваційний розвиток підприємств у міжнародному бізнес-середовищі.

Один з головних факторів - це технологічний рівень підприємства. Він визначає можливості підприємства у розробці та впровадженні нових технологій, а також виробництві високоякісних продуктів та послуг. Також важливим фактором є кваліфікація персоналу, оскільки вона впливає на здатність підприємства до інноваційного розвитку та впровадження нових технологій.

Інший фактор, який впливає на інноваційний розвиток підприємства, - це фінансові можливості. Наявність достатніх фінансових ресурсів дозволяє підприємству проводити дослідження та розробки, впроваджувати нові технології та інвестувати у інноваційний розвиток.

Також важливими факторами є зовнішнє середовище та конкурентна боротьба. Підприємства повинні уважно аналізувати зміни у зовнішньому середовищі, щоб вчасно реагувати на них та адаптуватися до нових умов. Конкурентна боротьба також може стимулювати інноваційний розвиток підприємства, оскільки вона заохочує компанії до пошуку нових способів вдосконалення виробництва та випуску продуктів та послуг.

Крім того, ще одним фактором, що впливає на інноваційний розвиток підприємств, є правове середовище. Наявність сприятливого правового середовища дозволяє підприємствам більш ефективно захищати свої інтелектуальні права та здійснювати розробки у сприятливих умовах.

Нарешті, культура та стиль управління підприємства також можуть впливати на його інноваційний розвиток. Підприємства, які присвячують більше уваги інноваціям та стимулюють свій персонал до пошуку нових рішень, зазвичай досягають кращих результатів в цій галузі.

У зв'язку з посиленням конкуренції інновації стають все більш залежними від спеціалізованих зовнішніх ресурсів і можливостей. Навіть найбільші інноваційні компанії не можуть розраховувати лише на свої внутрішні ресурси для інноваційного процесу, тому їм потрібні зовнішні

інноваційні ресурси у формі ідей, інформації, знань та технологій. Компаніям необхідно досліджувати теоретичну базу, яка зможе охопити всю складність, багатовимірність та взаємодію факторів, що впливають на рішення про впровадження або не впровадженні інновацій, а також на вибір інноваційної стратегії.

Під час аналізу та оцінки інноваційної діяльності необхідно виявляти як стимулюючі, так і стримуючі фактори. Внутрішні чинники, що стримують інноваційну активність підприємств, включають брак фінансових ресурсів, недостатній потенціал для розробки та впровадження нововведень і брак кваліфікованих кадрів. У науковій сфері загальні проблеми включають низьку мотивацію дослідників, високу ціну наукових досліджень та низький рівень завершеності розробок. Тому інноваційна діяльність, яка пов'язана з науковими дослідженнями, передбачає постійне удосконалення існуючих характеристик економічних категорій з метою досягнення поставлених цілей на основі зовнішніх та внутрішніх факторів [12].

Розуміння пріоритетів інноваційного розвитку є ключовим фактором, який дозволяє побудувати ефективні взаємовідносини в колективі, суспільстві та з довкіллям, забезпечуючи єдність універсальних законів розвитку і діяльності підприємства. Для досягнення цілей інноваційного розвитку необхідна цілісна і комплексна освіта керівництва та персоналу відповідно до універсальних законів розвитку систем, а також інтегральна освіта, яка об'єднує культурний досвід та сучасні наукові знання про розвиток підприємства та зовнішнє середовище. Важливо також мати мотиви і пріоритети, які не дозволяють проявитися корпоративному егоцентризму і сприяють цілеспрямованому розвитку підприємства.

Основною метою інноваційної стратегії підприємства є швидкий перехід до інноваційної моделі розвитку економіки шляхом проведення структурних та функціональних змін у системі управління. Ці зміни повинні сприяти розширенню можливостей виробництва конкурентоспроможної

продукції та послуг, що задовольняють зростаючі потреби місцевого господарського комплексу, економіки країни та особистого споживання населення. Отже, інноваційна політика повинна бути спрямована на швидке впровадження новітніх технологій та процесів у виробництво з метою досягнення сталого інноваційного розвитку підприємства та в цілому – економіки [13].

Отже, інноваційний розвиток підприємств у міжнародному бізнес-середовищі є важливою складовою для забезпечення їх конкурентоспроможності. Реалізація інноваційної стратегії підприємства залежить від наявності сприятливого середовища, а також внутрішніх та зовнішніх факторів. До внутрішніх факторів належать наявність фінансових ресурсів, кваліфікованого персоналу та потенціалу для розробки нововведень. До зовнішніх факторів відносяться технологічний розвиток, доступ до інноваційних ресурсів та ринкова конкуренція. Для успішної реалізації інноваційної стратегії підприємства необхідно провести аналіз детермінант інноваційної поведінки компаній, виявити стимулюючі та стримуючі фактори, а також забезпечити раціональну інтеграцію всіх процесів в системі управління підприємством. Однак, з урахуванням посилення конкуренції та зростання вимог до якості продукції, компанії не можуть покладатися лише на внутрішні інноваційні ресурси та повинні шукати зовнішні інноваційні ресурси у формі ідей, інформації, знань та технологій для розвитку інновацій.

2 ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

2.1 Аналіз інноваційних проектів, реалізованих підприємствами в міжнародному бізнес-середовищі

Аналіз інноваційних проектів, реалізованих підприємствами в міжнародному бізнес-середовищі, є важливим етапом дослідження, який дозволяє розглянути і оцінити вплив таких проектів на підприємства та визначити ключові чинники успіху. Цей аналіз включає детальне вивчення інноваційних проектів, які були успішно реалізовані в міжнародному контексті, з урахуванням їхнього впливу на підприємство, ринкову позицію та конкурентоспроможність.

Основна мета аналізу інноваційних проектів полягає у виявленні чинників, що сприяють успішності реалізації таких проектів в міжнародному бізнес-середовищі. Це можуть бути фактори, пов'язані з вибором проектів, стратегічним управлінням, фінансуванням, маркетингом, організаційною культурою та інноваційним середовищем.

Станом на 2023 рік, гарними прикладами успішних інноваційних проектів, які вже змінюють світ, є:

1. Tesla та електромобілі: Tesla, автомобільний виробник, заснований Ілоном Маском, є одним з провідних гравців у сфері електромобілів. Їх інноваційні технології батарей, автопілоту та дизайну допомогли змінити уявлення про електромобілі та вплинули на автомобільну промисловість загалом.
2. SpaceX та комерційний космос: SpaceX, що також заснований Ілоном Маском, створив новітні ракетні технології, які відкрили двері для комерційного доступу до космосу. Їх ракета Falcon 9 та космічний корабель Dragon були використані NASA та іншими організаціями для запуску супутників та доставки вантажів на Міжнародну космічну станцію [15].

3. Чат-бот ChatGPT від OpenAI: Хоча Chat-GPT все ще має свої обмеження, він представляє прогрес у напрямку штучного інтелекту, тобто може проявляти певне розуміння та гнучкість у спілкуванні, наближаючись до людського рівня інтелекту.
4. CRISPR: це технологія, яка редагує ДНК, дозволяючи побороти генетичні захворювання.
5. Facebook та соціальні мережі: Facebook є одним з найбільших інноваторів у галузі соціальних мереж. Вони впроваджують нові функції та інструменти, які полегшують спілкування та співпрацю користувачів, а також розвивають власні технології штучного інтелекту та віртуальної реальності.
6. Apple та інновації в мобільних пристроях: Apple відомий своїми інноваціями в галузі мобільних пристроїв. Вони вперше випустили iPhone, що змінило підхід до смартфонів, а також принесли на ринок інноваційні продукти, такі як iPad та Apple Watch.
7. Хіаомі та інновації в мобільних пристроях: Хіаомі була однією з перших компаній, яка представила концепцію безрамкових смартфонів з високим співвідношенням екрану до корпусу. Крім смартфонів, Хіаомі також пропонує інноваційні рішення у сфері електромобілів. Mi Electric Scooter - це складний електричний самокат з великою ємністю акумулятора, довгим часом роботи та надійною системою керування [16, 17].

Світовий ринок смартфонів – це одна з найважливіших частин світової економіки в цілому, що є сферою обміну мобільної електроніки між відокремленими національними економіками, тож є доречним провести аналіз на прикладі компанії, що працює в цій сфері, а саме Хіаомі.

Незважаючи на труднощі, пов'язані зі світовою економікою, стійка бізнес-модель Хіаомі забезпечує їй стабільне щорічне зростання. Чистий прибуток Хіаомі Corp перевершив очікування - у жовтні - грудні 2022 року

він становив 1,5 млрд юанів (\$218 млн), що більше, ніж прогнозували аналітики (800 млн юанів) [18].

Крім доходів від продажу смартфонів, планшетів, Хіаомі заробляє на спільних розробках з партнерами, продуктах Інтернету речей (IoT), рекламних інтернет-сервісах та сервісному обслуговуванні. Компанію часто порівнюють з Apple, а її засновника називають "китайським Стівом Джобсом". Незважаючи на те, що вона виробляє пристрої на базі Android, оболонка її операційної системи дуже схожа на iOS. При цьому вартість її продукції має бути надзвичайно низькою: зараз середня ціна смартфона від Хіаомі становить всього \$140, за даними самої компанії.

Згідно зі звітом від компанії Canalys, у другому кварталі 2022 року компанія Хіаомі посідала третє місце за обсягом поставок смартфонів у світі. Крім того, Хіаомі розробили найпередовішу споживчу платформу, яка об'єднує технологію штучного інтелекту разом з Інтернетом речей (AIoT, AI+IoT). Станом на 30 червня 2022 року, ця платформа налічувала понад 526,9 мільйонів підключених інтелектуальних пристроїв, без урахування смартфонів, ноутбуків і планшетів [18].

«Хіаомі» активно використовує для просування соціальні мережі, такі як «Facebook» та «Instagram», а також тематичні форуми, при цьому покладаючись на свої огляди, відео та відгуки фанатів. Наприклад, на сторінці «Хіаомі» у «Instagram» майже 5 мільйонів підписників, що говорить про активну аудиторію та високий попит та популярності товарів цієї компанії.

Побудова маркетингової стратегії Хіаомі базується на активній присутності у різноманітних соціальних мережах. Weibo несе на собі місію залучення нових клієнтів, Wechat використовується для техпідтримки, яка також затребувана більшістю користувачів.

Важливим напрямком для Хіаомі також є і електронна комерція, якій приділяється досить багато уваги, а до 2013 року не було відкрито жодного офлайн-магазину цього бренду. 11 листопада 2014 року протягом 2 хвилин, починаючи зі старту продажів, було продано нових телефонів Хіаомі на суму 553 млн юанів, що є рекордною сумою серед виробників смартфонів Китаю [19].

Хіаомі має велику гнучкість, бо більшість своїх продуктів не розробляє та не виробляє самостійно. Вони шукають гідний стартап з хорошим продуктом, купують його та випускають на ринок під своїм брендом. Наприклад: електронний самокат Ninebot, та смарт-годинник Amazfit. Завдяки такому підходу до освоєння нових ринків у Хіаомі виходить встигати одразу в декількох сферах. Хіаомі може дозволити собі не витратити свої сили та час на розробку нових продуктів, це дає можливість експериментувати та ризикувати, а за рахунок цього народжуються інновації. Якщо проект розумного будинку виявиться нікому не потрібним, то компанія зможе за тиждень випустити лінійку розумних спортивних товарів і пробувати свої сили в цьому напрямі без відчутних витрат на розробку та виробництво [20].

Виділимо загальні інноваційні процеси компанії Хіаомі:

- випуск своєї власної безкоштовної операційної системи для смартфонів із можливістю кастомізацією;
- крім ринку продажів смартфонів, Хіаомі реалізується в розробці ноутбуків, телевізорів, розумної техніки для дому та ін;
- до 2024 року компанія Хіаомі планує випустити свій електромобіль для середнього та високого класу споживачів;
- політика заниженої ціни якісних продуктів, порівняно з конкурентами.

Якщо брати до уваги смартфони конкурентів, таких як Samsung, Huawei, Apple, то найбільш бюджетний смартфон можна знайти тільки у компанії Xiaomi.

Також Xiaomi відрізняється впровадженням нових інноваційних технологій у смартфонах. Прикладом може стати смартфон компанії Mi MIX Alpha, випущений у 2019 році. Цей смартфон має останніми технологіями, зокрема експериментальними. Екран до корпусу мав співвідношень 180.6%, тобто телефоном можна було користуватися як лицьовою, так і тильною стороною. За той час таку інновацію ніхто не надавав із конкурентів [21].

Тож, можна зробити висновок, що підприємства, що успішно реалізують інноваційні проекти в міжнародному бізнес-середовищі, виявляють високий рівень гнучкості та адаптивності до змін. Вони використовують сучасні методи управління проектами, мають досвід впровадження новітніх технологій та систем у свою діяльність. Але треба враховувати, що для успішного впровадження інновацій необхідна системна підтримка на різних рівнях: від урядових органів до наукових установ та освітніх закладів. Наявність сприятливого інноваційного екосистеми сприяє зростанню конкурентоспроможності підприємств та розвитку економіки в цілому.

2.2 Стратегії інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі

В сучасному глобалізованому світі, де міжнародні бізнес-зв'язки здійснюються швидкими темпами, інновації стають невід'ємною складовою успіху кожної компанії. В умовах постійних змін і конкуренції, стратегії інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі виступають

ключовим інструментом, який дозволяє організаціям забезпечити свою конкурентоспроможність та здатність до адаптації до змін.

Базуючись на наукові праці вченого К. Фрімена та аналітичних дослідженнях глобальної конкурентоспроможності [22], виділимо сім основних типів інноваційних стратегій, які детально описано в табл. 2.1:

Таблиця 2.1 - Сучасні інноваційні стратегії міжнародних компаній

| Тип стратегії | Опис стратегії | Приклад застосування |
|----------------------|--|--|
| 1. Традиційна | відсутність будь-яких радикальних технологічних змін у компанії. Форма та якість продукції буде постійно удосконалюватися попри задоволення попиту на поточній технологічній базі | ресторанний або готельний бізнес, автосервіс, будівельна індустрія |
| 2. Залежна | залежність від політики компаній, які займають позицію «материнських» | субпідрядні компанії будівельного бізнесу та агросектору |
| 3. Змішана | здійснюється на основі двох комплексних факторів: інноваційних можливостей та інноваційних цілей. Кожна компанія обирає свою стратегію, що підлаштовується під конкретного споживача та сферу діяльності | холдингові компанії |
| 4. Опортуністична | орієнтуються на продукт – лідер на | легка та харчова промисловості, |

| | | |
|----------------|--|--|
| | ринку, що при цьому не потребує високих витрат на НДДКР, бо у компанії відсутня власна науково-технічна діяльність | ресторанний, туристичний бізнес, автоперевезення, роздрібна торгівля |
| 5. Оборонна | концепція полягає в утриманні конкурентних позицій на існуючих ринках, при цьому не претендуючи на домінування | машинобудівна та автомобілебудівна галузі, харчова індустрія |
| 6. Імітаційна | пов'язано із копіюванням технології виробництва продукції компаній-новаторів, які є лідерами на ринку | харчова та легка промисловості, виробництво фармацевтичної продукції та побутової техніки. |
| 7. Наступальна | створюють і впроваджують нові продукти та можливості на ринку, за рахунок найвищого рівня інноваційного процесу | великі і малі інноваційні компанії, автомобілебудування, ІТсфера, при виробництві програмного забезпечення, ноутбуків, мобільних телефонів |

На сучасному етапі спостерігається зростання кількості компаній, які намагаються перетворити інновації на системний організаційний процес. Керівники цих інноваційних компаній переглядають кожен етап реалізації нових ідей та забезпечують швидке повернення інвестицій і одночасно

прискорюють зростання прибутку. Це сприяє стабільності їх поведінки і дозволяє успішно впроваджувати стратегії інноваційного розвитку [23].

Стратегії інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі можуть варіюватися залежно від конкретної компанії та її цілей. Тому, при розробці інноваційних стратегій необхідно враховувати наступні аспекти:

1. Стратегії підприємств залежать від змін в зовнішньому середовищі. Підприємства можуть самі формувати ці зміни своїм активним впливом або відгукнутися у формі реакції.
2. Стратегії дозволяють використати наявний потенціал з урахуванням поточних та очікуваних подій, щоб ефективно використовувати можливості підприємства.
3. Стратегія підприємства встановлює загальний напрямок розвитку, але потребує доповнення тактичними заходами.
4. Головною метою стратегії підприємства є досягнення стійкого успіху та отримання переваг перед конкурентами [24].

Отже, стратегії інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі є необхідним елементом для досягнення конкурентних переваг і стійкого розвитку компаній. Активна робота в напрямку інновацій, співпраця з партнерами та використання новітніх технологій становлять основу успіху в глобальному ринковому середовищі. Необхідно постійно стежити за змінами в галузі, прогнозувати тенденції та швидко реагувати на них, щоб забезпечити своє провідне місце в міжнародному бізнес-середовищі.

Завдяки правильно обраній стратегії інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі, компанії можуть досягти таких переваг, як здатність швидко адаптуватися до місцевих умов, використовувати глобальну координацію та локальну адаптацію, встановлювати ефективні партнерські відносини, прискорювати розробку та впровадження нових

продуктів і технологій, ефективно просувати свої продукти на міжнародному ринку, а також керувати інноваційними процесами.

Проте, в умовах швидкозмінного світу і постійно зростаючої конкуренції, компаніям важливо не зупинятися на досягнутому, а надалі активно розвиватися в галузі інноваційних технологій. Для цього необхідно постійно вдосконалювати свої дослідження і розробки, залучати нових талановитих співробітників і встановлювати партнерські відносини з ключовими гравцями на ринку.

2.3 Інноваційна культура в підприємствах міжнародного бізнесу

Інноваційна культура є особливим варіантом організаційної культури, що виникла внаслідок необхідності адаптації до швидкого розвитку виробництва, бізнесу та суспільства в кінці ХХ століття.

Інноваційна культура в підприємствах міжнародного бізнесу включає в себе низку особливостей та цінностей, які сприяють стимулюванню й підтримці інноваційного духу та розвитку в організації. Ось деякі ключові аспекти інноваційної культури в підприємствах міжнародного бізнесу:

1. Сприятливе середовище для інновацій: Підприємства міжнародного бізнесу повинні створювати стимулююче середовище, яке сприяє розвитку творчості, експериментуванню та впровадженню нових ідей. Це може включати просування відкритої комунікації, сприяння здатності до ризику та підтримку співпраці та обміну ідеями.
2. Лідерство, що сприяє інноваціям: Керівники підприємств мають виявляти активне лідерство, що спрямоване на підтримку та стимулювання інновацій. Вони повинні бути відкритими до нових

ідей, заохочувати ризиковані проекти та надавати ресурси та підтримку для їх реалізації.

3. Розвиток інноваційних здібностей: Підприємства мають вкладати зусилля у розвиток та збереження інноваційних здібностей своїх працівників. Це може включати надання навчання, тренінгів, стимулювання самоосвіти та створення механізмів для спільної роботи та обміну знаннями.
4. Фокус на дослідження та розвиток: Підприємства мають активно інвестувати в дослідження та розвиток нових технологій, продуктів та послуг. Це може включати створення спеціальних дослідницьких відділів, співпрацю з університетами та науковими установами, а також установа партнерства з інноваційними стартапами.
5. Система винагород та визнання: Ефективна інноваційна культура передбачає систему винагород та визнання для тих, хто приносить новаторські ідеї та досягає успіху в їх впровадженні. Це може включати фінансові стимули, премії та публічне визнання досягнень.

Сучасні компанії відзначаються високим рівнем організаційної культури, яка є одним з найефективніших інструментів управління персоналом та мотивації їх діяльності. Людина, задовольнивши потреби нижчих рівнів, прагне до принципово інших цілей, таких як: реалізація своїх здібностей, положення в колективі, спільність цінностей, усвідомлення себе невід'ємною і необхідною частиною команди [25].

Керівники підприємств повинні усвідомлювати, що нові ідеї та інновації є найціннішим активом у сучасній ринковій економіці, і їх значення постійно зростає. Відсутність новаторських ідей може призвести до проблем у майбутньому для підприємства. Найуспішніші інноваційні компанії є ті, в яких інноваційність є постійним процесом і де вдало організовано пошук, розробка та впровадження нових ідей в різних сферах діяльності. Високий

рівень інновацій на підприємстві вимагає добре організованої роботи та плідної співпраці між співробітниками [26].

Створення інноваційної культури на підприємстві також сприяє формуванню позитивного іміджу компанії серед зовнішніх контрагентів, таких як партнери, споживачі та потенційні співробітники. В їх очах підприємство буде виглядати таким, яке активно розробляє та впроваджує нові інноваційні ідеї і відкрите для нових пропозицій. Такий імідж підприємства робить його привабливим для творчих людей та інтелектуалів. Це досягається завдяки відповідній кадровій політиці, яка сприяє формуванню колективу працівників з високим рівнем інтелектуальних здібностей.

Використання інноваційних форм зайнятості в європейських країнах безперервно зростає. В США кількість людей, які працюють на свого роботодавця як удома, так і віддалено, збільшилася з 12,4 мільйонів у 2006 році до понад 17 мільйонів у 2008 році, що становить збільшення приблизно на 40% протягом двох років. Згідно з даними американського Бюро статистики праці, протягом періоду з 2006 по 2010 роки, частка американців, які працюють віддалено принаймні один раз на місяць, зросла з 8% до 20% і продовжує збільшуватися.

Інноваційні форми зайнятості широко впроваджуються як у сфері послуг, так і на промислових підприємствах. За наявними даними, приблизно 17% працівників і службовців Німеччини, близько 33% в Швейцарії, а також понад 1 мільйон осіб у Великій Британії та Франції працюють за такими інноваційними системами. У багатьох американських корпораціях поширений інший варіант інновації в сфері праці - 4-денний робочий тиждень з десятигодинним робочим днем [33].

Щоб детальніше розібратися як інноваційна культура стимулює творчу інтелектуальну активність персоналу, розглянемо деякі з її складових::

1. Створення відкритого доступу до інформації всередині підприємства сприяє встановленню довіри між менеджерами та працівниками. Це створює впевненість в майбутньому працівників, оскільки вони розуміють, що інновації приносять користь не лише підприємству, але й самим працівникам, через поліпшення фінансових показників.
2. Участь творчих працівників у прийнятті управлінських рішень, що стосуються їхньої трудової діяльності, підвищує відчуття власної значущості та причетності до підприємства. Це задовольняє потребу у самовираженні та самореалізації працівників.
3. Схвалення творчої інтелектуальної активності персоналу є головним нематеріальним стимулом для активізації їхнього інтелектуального потенціалу та розвитку їхніх здібностей. Визнання, вдячність керівництва та внутрішнє задоволення від успіху їхніх ідей та розробок є достатнім стимулом для творчих особистостей. При цьому, необхідно створити атмосферу, в якій працівники не бояться невдачі, оскільки страх може завадити їм генерувати інноваційні ідеї та виявляти ініціативу.
4. Матеріальне стимулювання є важливою складовою інноваційної культури, проте його необхідно застосовувати обережно. Працівників слід стимулювати матеріально не просто за сам факт їхньої творчої та інноваційної активності, а за досягнення конкретних цілей, таких як зниження витрат, зростання обсягів збуту, ефективність виробництва тощо. Прикладами систем мотивування інноваційної активності працівників є використання преміальних фондів в залежності від обсягу випуску інноваційної продукції в порівнянні з загальним обсягом виробництва [27, с 120].

З зазначеного вище, можна зробити висновок, що інноваційна культура є початковим етапом для активізації інноваційних процесів на підприємстві. Вона виступає фундаментом для ефективного підбору персоналу та формування висококваліфікованого колективу інтелектуалів. Крім того,

інноваційна культура створює сприятливу організаційну атмосферу, що сприяє реалізації інноваційних рішень на підприємстві.

Отже, інноваційна культура стає все більш важливою для підприємств міжнародного бізнесу в сучасному світі. У зростаючому конкурентному середовищі, де швидкі зміни технологій, ринків і споживачів є нормою, підприємства повинні активно прагнути до інновацій, як основного джерела конкурентної переваги.

Інноваційна культура в підприємствах міжнародного бізнесу передбачає створення сприятливого середовища, де працівники є вільними від страху перед помилками і засудженням, їхні ідеї вітаються та підтримуються, а творчий процес пошуку нових рішень є постійним стимулом. Ключові елементи інноваційної культури включають спроможність досягати інноваційних цілей, постійне вдосконалення процесів та продуктів, відкритість до змін і співпрацю, а також підтримку лідерства, що сприяє інноваційній діяльності.

Підприємства, які успішно впроваджують інноваційну культуру, мають переваги у формуванні стратегії розвитку та адаптації до змін. Вони здатні швидко реагувати на зміни ринкових умов, впроваджувати нові технології і процеси, а також залучати талановитих співробітників, які допомагають утримувати підприємство на передових позиціях.

Однак, реалізація інноваційної культури вимагає від підприємств певних зусиль. Вона потребує зміни управлінських підходів, створення структури, що сприяє інноваційності, і встановлення механізмів оцінки інноваційних ідей та їх реалізації. Крім того, підприємства повинні надати своїм співробітникам можливості для саморозвитку та навчання, щоб вони могли стати ефективними учасниками інноваційного процесу.

3 АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА МІЖНАРОДНОЇ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ

3.1 Вплив міжнародних бізнес-стратегій на інноваційний розвиток підприємств

Бізнес-стратегія – це комплекс заходів, планів та управлінських рішень, спрямованих на досягнення конкурентного переваги на ринку, задоволення споживчого попиту та максимізацію прибутку підприємства. Розробка бізнес-стратегії вимагає аналізу п'яти ключових елементів: ринку, галузі, продукту, технології та поточного стану компанії на ринку. При цьому компанія може вибирати стратегію, враховуючи як її поточне положення, так і прогнозовані результати [28].

Вплив міжнародних бізнес-стратегій на інноваційний розвиток підприємств є значний і має далекосяжні наслідки для їхньої конкурентоспроможності та стійкості на міжнародному ринку. Відповідна бізнес-стратегія може сприяти стимулюванню інноваційного процесу та створювати сприятливе середовище для розвитку нових ідей, продуктів та послуг. Одночасно, неефективний вибір стратегії може обмежувати можливості для інновацій та знижувати конкурентоспроможність підприємств.

Підприємства мають різні міжнародні бізнес-стратегії, такі як глобалізація, локалізація, транснаціоналізація та міжнародний альянс. Кожна з цих стратегій має свої особливості і впливає на інноваційний розвиток підприємств по-різному.

Глобалізаційна стратегія сприяє інтеграції підприємств у світову економіку та розширенню їхнього присутності на міжнародних ринках. Це

може стимулювати інноваційний розвиток, оскільки підприємства, що працюють на глобальному рівні, знаходяться у контакті з різноманітними культурами, технологіями та ідеями. Глобальна присутність також надає доступ до нових ринків та споживачів, що може вимагати інноваційних рішень та адаптації до місцевих потреб.

Локалізаційна стратегія, натомість, фокусується на пристосуванні підприємств до конкретного регіонального ринку. Це може вимагати розробки продуктів або послуг, що враховують специфіку місцевих умов і потреб. Локалізація може сприяти розширенню асортименту продукції, удосконаленню якості та взаємодії з місцевими партнерами. Однак, в контексті інноваційного розвитку, необхідно забезпечити наявність механізмів і структур, що дозволяють передавати інновації між різними регіонами та управляти інноваційними процесами.

Транснаціональні підприємства, які використовують транснаціональну стратегію, мають мережу підприємств у різних країнах, які співпрацюють та обмінюються знаннями та ресурсами. Ця стратегія може сприяти інноваційному розвитку через обмін кращими практиками, технологіями та ідеями між різними підрозділами підприємства. Однак, необхідна ефективна комунікація та координація між різними локальними одиницями для забезпечення успішного розвитку та використання інновацій.

Міжнародні альянси можуть бути також важливими для стимулювання інноваційного розвитку підприємств. Спільне партнерство з іншими компаніями або дослідницькими установами може сприяти обміну ідеями, дослідженням та розробкам, а також розділу ризиків і витрат. Альянси можуть забезпечити доступ до нових знань, ресурсів і технологій, що сприяє інноваційному потенціалу підприємств [29].

Проаналізуємо особливості бізнес-стратегії підприємств на прикладі компанії Apple Inc, яка успішно впроваджує інновації в своїх продуктах та послугах, що і є ключовою складовою їхньої бізнес-стратегії.

Загалом, бізнес-стратегія Apple, зосереджена на якості продукту, дослідженнях та розвитку, глобалізації та партнерствах, що має суттєвий вплив на інноваційний розвиток підприємства. Вона створює умови для створення новаторських рішень та визначає успіх Apple як інноваційного лідера на світовому ринку. Давайте розглянемо кілька ключових стратегій Apple та їхній вплив:

1. Глобальна присутність та маркетинг: Apple має широкий світовий ринок і активно просуває свої продукти в різних країнах. Їхній міжнародний успіх базується на розумінні місцевих ринків та вмінні адаптувати свої продукти та маркетингові стратегії до вимог різних культур і мов. Це дозволяє компанії встановити глобальне лідерство та залучити широке коло клієнтів, що сприяє збільшенню доходів та інновацій.
2. Інтеграція послуг: Apple активно розширює свої послуги, такі як iCloud, Apple Music, Apple Pay та інші, які інтегруються з їхніми пристроями. Це створює великі можливості для компанії у сфері інновацій, дозволяючи розвивати нові сервіси та функції для користувачів. Послуги також створюють додаткові джерела доходів та зміцнюють лояльність клієнтів.
3. Партнерства та придбання: Apple активно укладає партнерські угоди та здійснює стратегічні придбання, щоб забезпечити доступ до нових технологій та інновацій. Наприклад, придбання компаній Beats Electronics та Shazam дозволило Apple розширити свої можливості в сфері аудіо техніки та музики. Це стратегічні кроки, які допомагають компанії розширювати свої компетенції та збільшувати інноваційний потенціал.

Отже, вплив міжнародних бізнес-стратегій Apple на її інноваційний розвиток полягає в тому, що компанія має доступ до глобальних ринків, залучає найкращі міжнародні таланти, використовує ресурси та експертизу різних країн для виробництва своїх продуктів та послуг, та встановлює партнерські відносини з іншими компаніями для отримання нових технологій. Це дозволяє Apple Inc залишатися конкурентоспроможними на ринку та інноваційно розвиватися, випускаючи нові прогресивні продукти для своїх клієнтів.

Станом на 26 березня 2022 року обсяг грошових коштів та цінних паперів Apple Inc становив \$193 млрд (з них \$73 млрд — чисто грошові кошти) за загальних боргових зобов'язань у \$120 млрд. Також за квартал компанія виплатила акціонерам \$27 млрд у вигляді оборотного викупу та дивідендів. Як вказано на рис. 3.1, загальний дохід компанії у 2022 році склав \$97,3 млрд доларів, що на 8 % більше ніж у попередньому році. Це також більше прогнозу аналітиків Уолл-стріт — \$95,51 млрд. Чистий прибуток виріс до \$23,6 млрд (або \$1,40 на акцію). Валова маржа становила 43,7% проти 42,5% роком раніше [30].

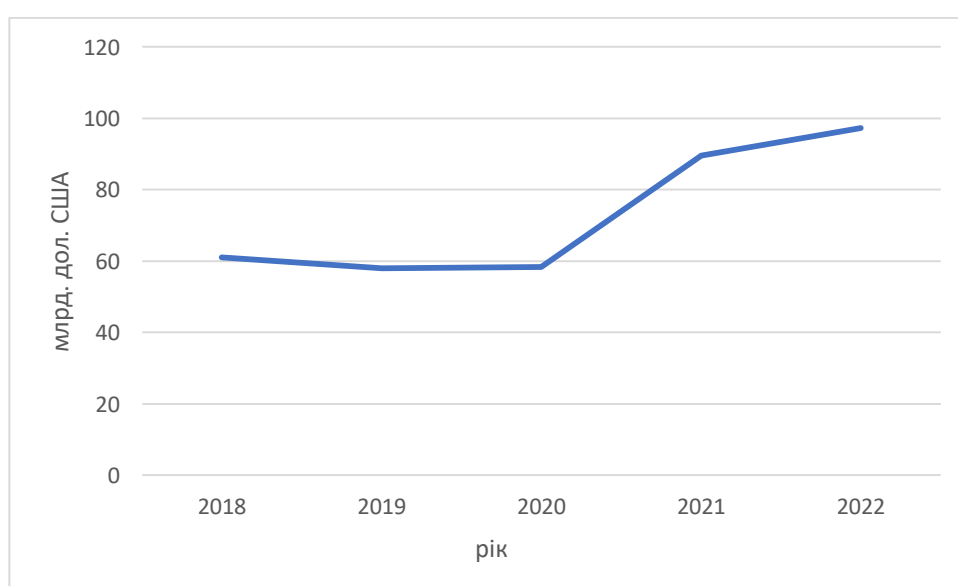


Рисунок 3.1 – Загальний дохід Apple Inc за 2018 - 2022 рр.

Згідно з даними Counterpoint, наразі Apple займає друге місце на світовому ринку смартфонів (20,2%) , на першому місці Samsung, з часткою 21,1% ринку, а третє, четверте і п'яте місця дісталися Xiaomi (11,5%), Oppo (8,9%) і Vivo (8,2%).

Для досягнення таких результатів, Apple переважно використовує стратегію диференціації, яка полягає в створенні унікального та відмінного від конкурентів продукту, має високу якість, інноваційність та ексклюзивні функції. Основна мета полягає у створенні споживачами сприятливого сприйняття продукту та позиціонуванні його як преміум-бренду.

Узагальнюючи, міжнародні бізнес-стратегії мають великий потенціал для стимулювання інноваційного розвитку підприємств. Вони дозволяють підприємствам отримувати доступ до нових ресурсів, знань та технологій, а також створюють середовище, що сприяє творчості та інноваційному мисленню. Однак, для успішного впровадження міжнародних бізнес-стратегій, підприємства повинні мати якісну організаційну структуру, здатність до адаптації та готовність до постійного вдосконалення. Тільки в такому випадку міжнародні бізнес-стратегії стануть справжнім каталізатором інноваційного розвитку та дозволять підприємствам займати лідируючі позиції на світовому ринку.

3.2 Аналіз взаємозв'язку між інноваційним розвитком і міжнародними стратегіями відомих компаній

В сучасному світі, де глобалізація стає все більшою, інноваційний розвиток стає ключовим фактором успіху для компаній, які працюють на міжнародних ринках. Відомі компанії, що прогресують і прагнуть зайняти

лідуючі позиції, розуміють необхідність розвитку інноваційних стратегій, щоб відповідати вимогам та викликам міжнародного бізнес-середовища. Аналіз взаємозв'язку між інноваційним розвитком і міжнародними стратегіями відомих компаній дозволяє нам краще розуміти, як ці компанії використовують інновації для досягнення конкурентної переваги та успішного проникнення на глобальні ринки.

У компаній, що працюють на зовнішніх ринках, є чотири основних стратегії міжнародного бізнесу:

1. Стратегія дублювання моделі ведення бізнесу (інтернаціональна стратегія), яка передбачає, що компанія застосовує свою домашню модель ведення бізнесу на зовнішніх ринках без суттєвих змін. Вона фокусується на експорті своїх товарів чи послуг із збереженням централізованого управління. Основна ідея полягає в тому, що компанія розглядає зовнішні ринки як додаткові можливості для продажу своїх існуючих продуктів без значних модифікацій [34].

Компанія Daimler-Benz є прикладом використання стратегії дублювання моделі ведення бізнесу. Daimler-Benz, яка зараз відома як Daimler AG, є німецьким виробником автомобілів, який діє на глобальному ринку. Компанія використовує модель ведення бізнесу, що базується на стандартизації своїх продуктів та процесів. Наприклад, їхні автомобілі, такі як Mercedes-Benz, мають загальний дизайн та технологічні рішення, які застосовуються у всьому світі. Це дозволяє компанії забезпечити однаковий рівень якості та надійності своїх автомобілів незалежно від країни виробництва чи ринку збуту.

При цьому Daimler-Benz також враховує місцеві особливості ринків та потреби споживачів. Наприклад, компанія може адаптувати певні функції або додавати спеціальні опції в свої автомобілі для різних регіонів. Таким чином, вони поєднують стандартизацію з локальною адаптацією, що дозволяє

компанії залучати клієнтів у різних країнах та забезпечувати їхнє задоволення від використання продукції.

Компанія Daimler оголосила про інвестиції до 10 млрд євро на розвиток батарейно-електричних автомобілів (BEV) і плани випустити понад 10 нових моделей BEV до 2022 року, що ще більше розширює продуктову диверсифікацію Mercedes-Benz Cars. Це свідчить про зростаюче залучення компанії Daimler до розвитку електричних автомобілів і використання інноваційних технологій. Інвестиції в розробку BEV дозволять компанії розширити свою лінійку продуктів та задовольнити зростаючий попит на екологічно чисті транспортні засоби.

Запланований випуск більше 10 нових моделей BEV підкреслюють стратегію Daimler щодо розширення своєї присутності на ринку електромобілів і конкуренції з іншими виробниками. Це також сприятиме диверсифікації їх продуктового портфеля і надасть споживачам більший вибір в сегменті електромобілів [35].

2. Багатонаціональна стратегія, в якій компанія пристосовує свої продукти та маркетингові стратегії до вимог різних ринків та культур. Кожна країна або регіон має свою власну незалежну стратегію, враховуючи специфічні потреби та умови. Це може включати зміну упаковки, ціноутворення, реклами та інших аспектів підприємницької діяльності.

Швейцарська компанія Nestle є характерним прикладом компанії, що успішно використовує мультілокальну (багатонаціональну) стратегію ведення міжнародного бізнесу. Nestle має децентралізовану структуру, що означає, що прийняття рішень та керування здійснюється на рівні місцевих підрозділів, що дозволяє компанії бути ближче до споживачів та адаптувати свої продукти до місцевих потреб та вимог [34].

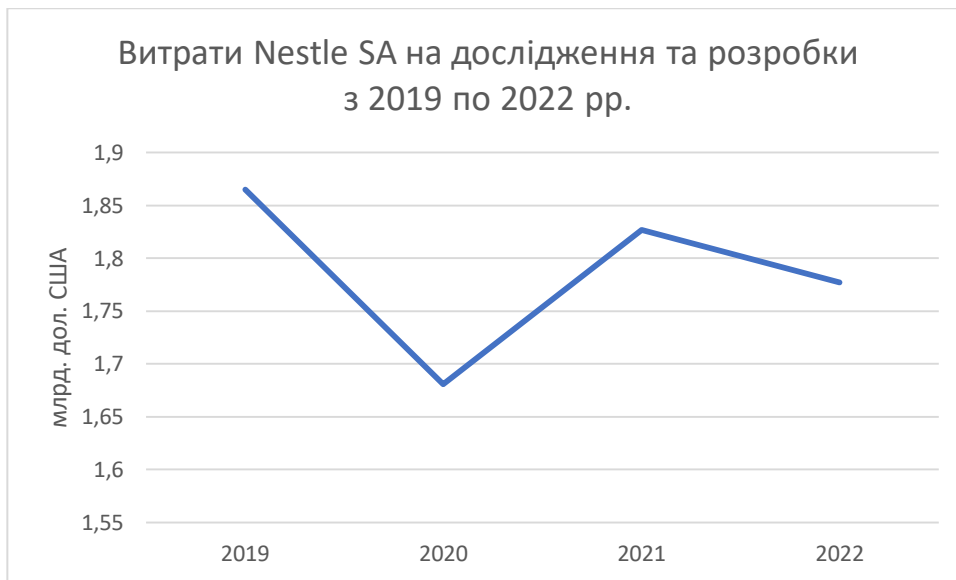


Рисунок 3.2 - Витрати Nestle SA на дослідження та розробки з 2019 по 2022 рр.

Річні витрати Nestle на дослідження та розробки у 2022 році склали 1,777 мільярда доларів США, що на 2,73% менше, ніж у 2021 (1,827 мільярда доларів США), що у свою чергу на 8,7% більше, ніж у 2020 році [36].

У 2022 році продажі компанії зросли на 8,4% до 94,4 млрд. швейцарських франків (102,31 млрд. дол.), однак чистий прибуток акціонерів впав до 9,27 млрд швейцарських франків [37].

3. Глобальна стратегія, яка орієнтована на стандартизацію продуктів та процесів на міжнародному рівні. Компанія розглядає світовий ринок як один цільовий ринок і пропонує однакові продукти та маркетингові стратегії для всіх ринків.

Гарним прикладом компанії, яка використовує глобальну стратегію є Boeing, який випускає одну модель літака, наприклад, найпопулярніший Boeing 737, для авіакомпаній, представлених у різних країнах та на континентах. Це показує, як компанія успішно впроваджує глобальну стратегію, стандартизуючи продукт і впроваджуючи його на різних

міжнародних ринках, забезпечуючи ефективну та економічну експлуатацію для авіакомпаній з усього світу.

Річні витрати Boeing на дослідження та розробки у 2022 році склали 2,852 мільярда доларів , що на 26,81% більше, ніж у 2021 році (2,249 мільярда доларів США), що у свою чергу на 9,17% менше, ніж у 2020 році [38].

Аналогічно, виробники мобільних пристроїв, такі як Apple, Samsung, Nokia, також є прикладами глобальних компаній. Вони випускають базову модель телефону та програмне забезпечення, які адаптуються до вимог різних національних ринків. Це дозволяє їм забезпечити наявність своїх продуктів у різних країнах і задовольнити потреби місцевих споживачів, зберігаючи при цьому свій глобальний бренд та стандарти якості.

4. Транснаціональна стратегія, яка комбінує елементи глобальної та багатонаціональної стратегій. Компанія прагне до стандартизації певних аспектів свого бізнесу та одночасно адаптується до місцевих ринкових умов та культурних відмінностей. Ця стратегія передбачає поєднання централізованого управління та локальної автономії для досягнення ефективності та гнучкості на міжнародних ринках.

Компанія Microsoft є прикладом використання транснаціональної стратегії. Хоча розробка нових програмних продуктів здійснюється в США, вона передає відповідальність за їх збут місцевим підрозділам у різних країнах, які мають краще розуміння національних особливостей та потреб різних ринків. Наприклад, поряд з базовою англійською версією програми Windows, Microsoft випускає адаптовані під мовні особливості різних країн версії програми, які розробляються місцевими підрозділами [34].



Рисунок 3.3 - Витрати Microsoft на дослідження та розробки з 2019 по 2022 рр.

Річні витрати Microsoft на дослідження та розробки у 2022 році склали 24,512 мільярда доларів, що на 18,32% більше, ніж у 2021 році (20,716 мільярдів доларів), що у свою чергу на 7,51% більше, ніж у 2020 році [39].

Аналіз взаємозв'язку між інноваційним розвитком і міжнародними стратегіями відомих компаній демонструє, що успішні підприємства активно використовують інновації для досягнення своїх міжнародних цілей. Вони приділяють значну увагу дослідженням та розробкам, інтегрують інновації у свої стратегії та процеси, а також адаптують їх до специфіки різних ринків.

Компанії, які успішно використовують міжнародні стратегії, часто застосовують різні підходи, такі як стратегія дублювання моделі ведення бізнесу, мультилокальна стратегія, глобальна стратегія або транснаціональна стратегія. Вони комбінують стандартизацію та адаптацію, щоб задовольнити потреби різних ринків та споживачів.

Крім того, успішні компанії вкладають значні ресурси в дослідження та розробки, патентування інноваційних рішень та впровадження нових

продуктів. Вони також здатні адаптуватися до змін у вимогах ринку та глобальним тенденціям, інвестуючи в нові технології, розвиваючи електричні автомобілі, розробляючи програмне забезпечення або займаючись іншими інноваційними проектами.

3.3 Прогнозування інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі на основі міжнародних бізнес-стратегій

Прогнозування інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі на основі міжнародних бізнес-стратегій є важливим завданням для компаній, які прагнуть успішно функціонувати на глобальному ринку. Прогнозування інноваційних тенденцій та їх впливу на бізнес-середовище дозволяє компаніям розробляти відповідні стратегії та приймати управлінські рішення, щоб використати можливості та зменшити ризики.

Один з підходів до прогнозування інноваційного розвитку полягає у вивченні і аналізі міжнародних бізнес-стратегій відомих компаній. Шляхом аналізу стратегій, які успішно використовуються на ринку, можна виявити ключові тенденції і патерни, що впливають на інноваційний розвиток. Наприклад, компанії, які активно вкладають у дослідження та розробки, можуть справляти значний вплив на інноваційні процеси у своїй галузі.

Додатково, важливо вивчати міжнародні тренди та розуміти їх вплив на бізнес-середовище. Це можуть бути зміни в технологічній сфері, зростання глобальних проблем, зміна попиту споживачів або зміна регуляторного середовища. Прогнозування і аналіз таких трендів допомагає компаніям адаптуватися та відповідно реагувати на зміни, розробляючи нові інноваційні продукти та послуги.

Актуальні тенденції у розвитку форм міжнародного бізнесу охоплюють різні способи виходу транснаціональних компаній на зовнішні ринки. Це включає пряме іноземне інвестування, венчурне інвестування, міжнародне виробництво та активну присутність ІТ-компаній. Різні форми бізнесу глобальних компаній базуються на стратегічних підходах, спрямованих на реалізацію конкурентних переваг через інтерналізацію, зниження трансакційних витрат, а також розвиток передових знань і технологій.

Існує багато різних методів прогнозування, кожен з яких має свої переваги та обмеження: екстраполяція тенденцій, розробка дорожньої карти продукту і технології, регресійні моделі, економетричні моделі, симуляція, опитування клієнтів або ринку, брейнштормінг, бенчмаркінг, метод Дельфі або експертна думка та розробка сценаріїв.

Не існує єдиного найкращого методу прогнозування. Існує компроміс між вартістю, часом та надійністю методу прогнозування. Метод Дельфі є найбільш популярним методом прогнозування на практиці, оскільки він вважається найнадійнішим. Проте, коли враховують вартість реалізації, метод розробки сценаріїв отримує вищу оцінку.

Методи прогнозування, засновані на екстраполяції минулих тенденцій або на відгуках від клієнтів чи сегментації ринків, корисні на короткострокову та середньострокову перспективу, але не дозволяють виявити довгострокові можливості та невизначеності.

Бенчмаркінг корисний для ідентифікації покращення продукту та процесу та інновацій на середньострокову перспективу, але потребує наявності відповідних конкурентів або лідерів галузі для систематичного порівняння.

Розробка сценаріїв, у свою чергу, є потужним методом для дослідження потенційних майбутніх сценаріїв на основі взаємодії поточних тенденцій та можливих майбутніх подій.

У 2020 році, глобальні витрати на дослідження та розробки становили 2,352 трильйони доларів. Під час пандемії COVID-19 і в 2021 році інвестиції в інновації зазнали розквіту, але майбутня стійкість ще не визначена, оскільки у 2022 році світ стикнувся з новими викликами.

Найбільші корпоративні інвестори в дослідження та розробки збільшили свої витрати на понад 11% у 2020 році та майже на 10% у 2021 році, що склало понад 900 млрд доларів. Це вище рівня витрат до пандемії COVID-19 в 2019 році. Зростання було зумовлено переважно чотирма галузями: ІКТ-обладнання та електрообладнання, програмне забезпечення та ІКТ-послуги, фармацевтика і біотехнології, будівництво і промислова металургія.

Згідно зі звітом Global Innovation Index 2022, передбачається настання двох нових хвиль інновацій:

1. Майбутня хвиля цифрової ери, що базується на суперкомп'ютерах, штучному інтелекті та автоматизації. Ця хвиля відіграє значну роль у підвищенні продуктивності в усіх секторах, включаючи послуги, а також сприятиме досягненню наукових проривів у фундаментальних науках всіх галузей.
2. Інноваційна хвиля Deep Science, яка базується на досягненнях у біотехнологіях, нанотехнологіях, нових матеріалах та інших наукових областях. Ця хвиля революціонізує інновації у сферах, які мають вирішальне значення для суспільства, зокрема здоров'я, харчування, довкілля та мобільності.

Також зазначається, що досягнення позитивних результатів в цих двох нових хвилях вимагатиме значного часу і подолання численних перешкод, особливо в галузі впровадження та поширення технологій.

Наразі, згідно зі звітом, Швейцарія визнана найбільш інноваційною країною, за нею відразу йдуть США, Швеція, Велика Британія та Нідерланди.

Україна ж, у свою чергу, посідає 57-те місце в Глобальному інноваційному індексі 2022 року.

Визнання Швейцарії як найбільш інноваційної країни свідчить про високий рівень її дослідницьких та розробницьких зусиль, ефективне використання наукових та технологічних досягнень у галузях економіки та суспільства. Україна, займаючи 57-те місце, має потенціал для подальшого розвитку інноваційного потенціалу, проте важливо приділити увагу вдосконаленню інфраструктури, науково-дослідницької бази, технологічного розвитку та сприяти створенню сприятливих умов для інноваційного підприємництва та співпраці між університетами, бізнесом та урядом [40].

Для ефективного прогнозування інноваційного розвитку важливо враховувати міжнародні тренди, зміни в глобальному середовищі та специфіку ринків, на яких діють компанії. Аналіз статистичних даних, таких як обсяг витрат на дослідження та розробки, інвестиції в інновації, а також рейтинги інноваційності країн, може допомогти встановити тенденції та прогнозувати майбутні напрями розвитку.

Прогнозування інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі вимагає гнучкості, адаптивності та постійного оновлення стратегій. Передбачити майбутні інновації та їх вплив на компанії можливо шляхом використання різноманітних методів прогнозування, які були розглянуті вище.

В цілому, розуміння взаємозв'язку між інноваційним розвитком і міжнародними стратегіями допомагає компаніям адаптуватися до змін у бізнес-середовищі, забезпечити стійкість та зростання. Прогнозування інноваційного розвитку стає ключовим інструментом для прийняття обґрунтованих рішень та досягнення конкурентної переваги в міжнародному бізнес-середовищі.

ВИСНОВКИ

В даній кваліфікаційній роботі, було проведено аналіз інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі на основі міжнародних бізнес-стратегій. Проведений аналіз дозволив виявити основні теоретичні аспекти інноваційного розвитку, роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств та фактори, що впливають на інноваційний розвиток у міжнародному бізнес-середовищі.

Було досліджено особливості інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі, зокрема проаналізовано інноваційні проекти, реалізовані підприємствами, розглянуто стратегії інноваційного розвитку та розглянуто інноваційну культуру в підприємствах міжнародного бізнесу.

Особлива увага приділена аналізу взаємозв'язку між інноваційним розвитком та міжнародними бізнес-стратегіями. Встановлено, що міжнародні бізнес-стратегії мають значний вплив на інноваційний розвиток підприємств, були наведені приклади відомих компаній, які успішно впроваджують інноваційні стратегії в міжнародному бізнес-середовищі.

Стратегії інноваційного розвитку, такі як стратегія дублювання моделі ведення бізнесу, мультилокальна стратегія, глобальна стратегія та транснаціональна стратегія, виявилися ефективними для компаній, що працюють у міжнародному бізнес-середовищі. Інноваційна культура також виявилася важливим аспектом, що сприяє успішному інноваційному розвитку підприємств у міжнародному контексті.

Крім того, було розглянуто прогнозування інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі на основі міжнародних бізнес-стратегій. Виявлено, що для досягнення позитивних ефектів в майбутньому необхідно враховувати міжнародні тренди та зміни в глобальному середовищі, а також проводити аналіз статистичних даних та використовувати методи прогнозування, такі як тренд-аналіз, дорожня карта технологій та сценарний аналіз.

Підводячи підсумок проведеної роботи, можна зробити висновок, що розробка, впровадження та управління інноваціями в ринкових умовах є одним з ключових способів підвищення конкурентоспроможності підприємства та забезпечення його стабільного розвитку на міжнародному ринку.

Загальне поняття інновації можна узагальнити як кінцевий результат інноваційної діяльності, який втілюється у формі нового або вдосконаленого продукту, що продається на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності.

Інноваційний менеджмент у міжнародному бізнесі передбачає розгляд двох систем: управлінської - інноваційного менеджменту та управляючої - міжнародного бізнесу, і представляє собою одну з галузей управління, спрямовану на отримання нових позитивних якостей різного характеру шляхом розробки та впровадження нетрадиційних управлінських рішень.

Отже, результати дослідження свідчать про важливість інноваційного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі та необхідність врахування міжнародних бізнес-стратегій при формуванні і реалізації інноваційної політики підприємств. Дані висновки можуть бути використані як підґрунтя для подальшого дослідження та розвитку інноваційних стратегій в міжнародному бізнес-середовищі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Поняття та види інновацій. Поняття інноваційної діяльності та її предмет [Електронний ресурс]. URL: <https://buklib.net/books/37223/>
2. Що таке інтелектуальна власність [Електронний ресурс]. URL: <https://smarttender.biz/terminy/view/intelektualna-vlasnist/>
3. Онікієнко В. В. Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України / В. В. Онікієнко, Л. М. Ємельяненко, І. В. Терон. – К. : РВПС НАН України, 2006. – 480 с.
4. Впровадження інноваційних процесів на підприємствах України [Електронний ресурс]. URL: http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/7_gaeva.htm

5. Сутнісна характеристика інновацій та інноваційних процесів [Електронний ресурс]. URL: https://elib.tsatu.edu.ua/dep/feb/ptbd_1/page30.html
6. Ризики інноваційної діяльності підприємств [Електронний ресурс]. URL: <http://investycii.org/investuvanya/konferentsiji/problemy-formuvanya-ta-rozvytku-inovatsijnoji-infrastruktury/ryzyky-inovatsijnoji-diyalnosti-pidpryjemstv.html>
7. Ризики в інноваційній діяльності: теоретичні аспекти [Електронний ресурс]. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2016/3.pdf
8. Інноваційний потенціал та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс]. URL: <http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/10875/1/74-%D1%82%D0%B0%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%20%D0%A2.1-413-415.pdf>
9. Бжуска Я. Інноваційні моделі бізнесу // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – № 628. – С.29-35.
10. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614>
11. Інноваційні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс]. URL: <http://journal.puet.edu.ua/files/journals/1/articles/1048/public/1048-2716-1-PB.pdf>
12. Фактори впливу на інноваційну діяльність підприємств [Електронний ресурс]. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201200>
13. Системні фактори впливу на інноваційний розвиток підприємства [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=480>

- 14.Малинина, Ю. И. Современные способы финансирования инноваций / Ю. И. Малинина, Д. В. Тихонова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 11 (249). — С. 207-209.
- 15.Ілон Маск та усі його інноваційні проекти [Електронний ресурс]. URL: <https://space.com.ua/2020/08/04/ilon-mask-ta-usi-jogo-innovatsijni-proyekti/>
- 16.ТОП-8 інноваційних технологій, які змінюють світ вже зараз [Електронний ресурс]. URL: <https://psm7.com/uk/technology/top-8-innovacionnyx-texnologij-kotorye-menyayut-mir-uzhe-sejchas.html>
- 17.Уроки від кращих: як Google, Xiaomi та Tinder змінюють наше майбутнє [Електронний ресурс]. URL: <https://book24.ua/blog/uroky-vid-krashchykh-yak-google-xiaomi-ta-tinder-zminyuyut-n/>
- 18.Офіціальний сайт Xiaomi [Електронний ресурс]. URL: <https://www.mi.com/ua/about/>
- 19.Smartphone shipments in China from 1st quarter 2014 to 4th quarter 2021, by vendor [Електронний ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/430721/china-smartphone-shipments-vendor/>
- 20.Xiaomi Bets on India's E-Commerce Boom. The Wall Street Journal [Електронний ресурс]. URL: <http://www.wsj.com/articles/xiaomi-bets-on-indias-e-commerce-boom-1457893801>
- 21.Xiaomi Mi Mix Alpha – смартфон у якого екран покриває все його чотири сторони на 180°. News Mobile Review. 2019 [Електронний ресурс]. URL: <https://mobile-review.com/news/xiaomi-mi-mix-alpha-smartfon-u-kotorogo-ekran-pokryvaet-vse-ego-chetyre-storony-na-180>
- 22.Freeman, C., Nelson, R., Silverberg, G. & Soete. L. (1988). Technical Change and Economic Theory, in G. Dosi «Japan: A New National System of Innovation», Pinter, P. 330-348.

23. інноваційні стратегії розвитку міжнародних компаній в умовах глобалізації [Електронний ресурс]. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2020/4/EV20204_028-035.pdf
24. Система управління інноваційними процесами [Електронний ресурс]. URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/view.php?id=357319&chapterid=124475>
25. Класична та інноваційна форми прояву бізнес-культури для розвитку підприємств [Електронний ресурс]. URL: <http://referat-ok.com.ua/work/klasichna-ta-innovacijna-formi-projavu-biznes-kulturi-dlja-rozvitku-pidpriemstv/>
26. Шляхи і напрямки вдосконалення інноваційної культури в сфері людського капіталу [Електронний ресурс]. URL: http://eprints.zu.edu.ua/18861/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_3.pdf
27. Смірнов О.О. Інноваційна активність персоналу як джерело зростання конкурентних переваг підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 11(41) – С. 116–125
28. Міжнародні бізнес-стратегії промислових підприємств [Електронний ресурс]. URL: <http://surl.li/hnwjt>
29. Пошук стратегій розвитку для підприємств України: відповіді на глобальні виклики [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5706>
30. Финансовый отчет Apple [Електронний ресурс]. URL: <https://itc.ua/stati/finansovyj-otchet-apple-luchshee-nachalo-goda-za-vsju-istoriyu-i-pochti-100-mlrd-vyruchki-na-fone-rekordnyh-prodazh-iphone-i-mac/>
31. Стартап-статистика на 2021 рік: основні цифри [Електронний ресурс]. URL: <https://ucucfe.com.ua/najtsikavisha-startap-statystyka-na-2021-rik/>

32. Аналіз якості інноваційної діяльності в Україні та за кордоном [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4349>
33. Формування та регулювання новітніх форм зайнятості в Україні [Електронний ресурс]. URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/01/82-91_no-1_vol-52_2015_UKR.pdf
34. Стратегії міжнародних компаній [Електронний ресурс]. URL: https://stud.com.ua/66921/ekonomika/strategiyi_mizhnarodnih_kompaniy
35. Daimler AG Germany, Automotive Manufacturers [Електронний ресурс]. URL: <https://www.scopegroup.com/ScopeGroupApi/api/analysis?id=354ff1a6-4bee-4789-b6bd-ed81a0c343e5>.
36. Nestle SA Research and Development Expenses 2010-2022 | NSRGY [Електронний ресурс]. URL: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/NSRGY/nestle-sa/research-development-expenses>
37. Nestle продовжить підвищувати ціни на продукцію из-за росту издержек [Електронний ресурс]. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2023/02/16/697114/>
38. Boeing Research and Development Expenses 2010-2023 | BA [Електронний ресурс]. URL: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/BA/boeing/research-development-expenses>
39. Microsoft Research and Development Expenses 2010-2023 | MSFT [Електронний ресурс]. URL: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MSFT/microsoft/research-development-expenses>
40. ВОІВ: Ключові висновки глобального інноваційного індексу 2022 року [Електронний ресурс]. URL: <https://ukrpatent.org/uk/news/main/wipo-global-innovation-index-2022-conclusions-30092022>

