

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Вищого навчального закладу
Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»
18 квітня 2019 року № 88-Н
Форма № П-4.04

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСЛККИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Форма навчання денна
Кафедра міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

Допускається до захисту
Завідувач кафедри
_____ Л. С. Франко
« _____ » _____ 2021 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Науково-технологічні фактори економічної діяльності ТНК»
(на матеріалах компанії «Microsoft Corporation»)**

зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

Виконавець роботи **Луб'янецька Анна Сергіївна**

(підпис, дата)

Керівник **к. е. н., доцент Артеменко Ірина Анатоліївна**

(підпис, дата)

Рецензент

Полтава 2021

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Науково-технологічні фактори у сучасному міжнародному бізнесі.....	6
1.1. Науково-технологічна діяльність ТНК в умовах глобалізації.....	6
1.2. Принципи сучасної інноваційної діяльності ТНК в міжнародному бізнесі.....	17
Висновки до розділу 1.....	27
Розділ 2. Науково-технологічні фактори економічної діяльності компанії «Microsoft Corporation».....	29
2.1. Характеристика сучасного стану компанії «Microsoft Corporation».....	29
2.2. Вплив науково-технологічних факторів економічної діяльності компанії «Microsoft Corporation» на її конкурентоспроможність.....	40
Висновки до розділу 2.....	51
Розділ 3. Шляхи удосконалення інноваційної діяльності компанії «Microsoft Corporation».....	53
3.1. Активізація інноваційної складової «Microsoft Corporation» з врахуванням науково-технологічних факторів економічної діяльності компанії.....	53
3.2. Оптимізація впливу науково-технологічних факторів на інноваційну стратегію компанії «Microsoft Corporation».....	63
Висновки до розділу 3.....	71
Висновки.....	73
Список використаних інформаційних джерел.....	78
Додатки.....	85

ВСТУП

Актуальність теми. У глобальному середовищі рівень конкурентоспроможності транснаціональних корпорацій визначається, насамперед, науково-технологічною досконалістю їхньої діяльності. Цілком закономірним за таких умов є посилення уваги менеджменту до скорочення тривалості і підвищення ефективності циклу „інновації – виробництво – прибуток”. Феномен технологічного прогресу і його результат – комерційні нововведення, набуває ключового значення у міжнародній конкуренції.

Науково-технологічний розвиток корпорацій є вирішальною передумовою у забезпеченні їх прибуткової діяльності. Однак, для багатьох компаній притаманні неготовність до технологічних змін, виникнення ситуацій некерованості в інноваційній сфері, суперечності між технологічними циклами, невідповідність між елементами корпоративної культури в контексті нарощування та ефективного використання інтелектуального потенціалу, що нерідко призводить до втрати компаніями своїх позицій на глобальних ринках. Лише деяким з транснаціональних корпорацій вдається підтримувати високі темпи та ефективність науково-технологічного прогресу.

Вплив науково-технологічних факторів на діяльність корпорацій знаходять відображення в численних дослідженнях. Серед них слід відзначити фундаментальні праці: І. Ансоффа [3], Д. Гелбрейт [12] Дж. Данінга [66], П. Друкера [14], Д. Дерлоу [13], Дж. Коллінза [28], М. Портера [48], І. Шумпетера [63], К.Фрімена, та ін. Зазначена проблематика досліджується в багатьох працях вітчизняних економістів, в тому числі: А. Безшура [6], Г. Богославець [7], Т. Головченко [10], А. Загородній [18; 17], С. Ілляшенко [24; 57], А. Касич [26], А. Мазаракі [37], П. Микитюк [39], О. Ястремська [64] та ін.

Однак, в науковій літературі не знайшли достатнього висвітлення питання впливу науково-технологічних факторів на управлінську діяльність ТНК в умовах глобалізації. Потребують розвитку підходи в дослідженні технологічної та

інформаційної глобалізації.

Теоретична значимість кваліфікаційної роботи полягає у вивченні впливу науково-технологічних факторів на економічну діяльність ТНК з метою підвищення конкурентоспроможності корпорацій на світовому ринку в умовах сучасної діджиталізації.

Практична значимість полягає в можливості використання на основі аналізу науково-технологічних факторів економічної діяльності ТНК рекомендацій щодо підвищення ефективності ТНК, поліпшення клімату української економіки, розвитку інноваційної діяльності ТНК, що дозволить забезпечити розвиток вітчизняної економіки в довгостроковій перспективі.

Метою дослідження є аналіз впливу науково-технологічних факторів на економічну діяльність ТНК. Поставлена мета обумовила необхідність вирішення ряду взаємозалежних завдань:

- дослідити особливості науково-технологічної діяльності ТНК в умовах глобалізації;
- проаналізувати принципи сучасної інноваційної діяльності ТНК в міжнародному бізнесі;
- охарактеризувати сучасний стан компанії «Microsoft Corporation»;
- розглянути вплив науково-технологічних факторів економічної діяльності компанії «Microsoft Corporation» на її конкурентоспроможність;
- розробити напрями активізації інноваційної складової «Microsoft Corporation» з врахуванням науково-технологічних факторів економічної діяльності компанії;
- дослідити перспективи оптимізації впливу науково-технологічних факторів на інноваційну стратегію компанії «Microsoft Corporation».

Об'єктом дослідження є науково-технологічні фактори економічної діяльності ТНК.

Предметом дослідження є діяльність компанії «Microsoft Corporation» з врахуванням впливу науково-технологічних факторів економічної діяльності ТНК.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження стали

положення економічної теорії, теорій міжнародної економіки, міжнародних економічних відносин, інноваційного менеджменту, стратегічного менеджменту та інвестиційного менеджменту. В процесі дослідження використано наступні методи: системний; єдності історичного та логічного; системного аналізу; SWOT-аналізу структурного аналізу.

Інформаційну базу досліджень склали міжнародні рейтинги та бази даних зарубіжних та вітчизняних організацій, монографії, статті зарубіжних і вітчизняних науковців, електронні ресурси мережі Інтернет, офіційні сайти провідних транснаціональних компаній та їх звітність.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Виконання кваліфікаційної роботи пов'язане з планом наукових досліджень Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» за темою «Сучасні процеси глобалізації: рушійні сили, мегатренди, суперечності» (0113U006220). Внесок автора полягає у дослідженні науково-технологічних факторів економічної діяльності ТНК.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні положення і отримані результати дослідження оприлюднені на IV Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції молодих учених «Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи» (м. Львів, 28-29 квітня 2021 року).

Публікація: Луб'янецька А. С. Вплив інноваційної діяльності транснаціональних корпорацій на розвиток світової економіки / А. А. Луб'янецька, І. А. Артеменко // Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих учених, 28-29 квітня 2021 р. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. – С. 315-316 [35].

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ У СУЧАСНОМУ МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Науково-технологічна діяльність ТНК в умовах глобалізації

Технології визначають тенденції розвитку країн та їх місце у світогосподарській системі протягом усього процесу цивілізаційного розвитку суспільства. На початку ХХІ ст. технології, до яких додалися інновації, перетворилися на повноцінний фактор виробництва, а рівень технологічного(інноваційного) розвитку країни став визначальним у примноженні національного багатства та забезпеченні добробуту нації.

Активізація інноваційної діяльності має дуже важливе значення як на рівні підприємства, так і на рівні держави. Оскільки тільки при розвитку науки, техніки, технологій можливий випуск конкурентоспроможної продукції та послуг. Коли підприємство випереджає конкурентів в освоєнні досягнень науково-технологічного прогресу, тільки тоді воно має змогу отримувати прибуток [7].

Міжнародне науково-технічне співробітництво – одна з форм міжнародної економічної співпраці, що охоплює торгівлю ліцензіями, спільні наукові розробки, реалізацію великих технічних проектів, будівництво підприємств та інших об'єктів, геологорозвідувальні роботи, підготовку національних кадрів, обмін загальною науково-технічною інформацією тощо. Це спільна розробка науково-технічних питань, взаємний обмін науковими досягненнями, досвід та підготовка висококваліфікованих фахівців.

Міжнародне науково-технічне співробітництво являє собою одну з форм міжнародної економічної співпраці у сфері перетину науки, техніки, виробництва, послугової діяльності та торгівлі, що існує на основі спільних, наперед вироблених та узгоджених намірів, які закріплені в міжнародних економічних договорах.

В економічній літературі, присвяченій аналізу інноваційного процесу, інноваційна діяльність розглядається, як правило, у тісному взаємозв'язку з інноваціями. Унаслідок цього, дослідження економічної сутності інноваційної діяльності підприємства доцільно почати з визначення терміну «інновація».

Слід зазначити, що як вітчизняними, так і зарубіжними авторами досить широко представлені визначення даного терміну, запропонована різнохарактерна типологія процесів, пов'язаних з цим явищем.

Аналіз різних визначень терміну «інновація» дозволяє зробити висновок, що цей термін трактується в залежності від мети, об'єкта і предмету конкретного дослідження. Термін «інновація» як нова економічна категорія було введений у науковий обіг австрійським економістом Й. Шумпетером [63], який розумів під інноваціями використання нових комбінацій існуючих продуктивних сил для вирішення комерційних завдань і бачив в інноваціях джерело розвитку економічних систем. У зв'язку з цим основою будь-яких міркувань щодо дефініції «інновація» виступає класичне визначення цього явища, запропоноване Й. Шумпетером. Найбільш універсальною вважається дефініція, відповідно до якої під інновацією розуміється «інвестиція в новацію» як результат практичного освоєння нового процесу, продукту або послуги. При цьому новація розглядається як нововведення, якого не було раніш: нове явище, відкриття, винахід, новий метод задоволення суспільних потреб тощо. Відповідно до міжнародного стандарту з науки й інновацій, у якості якого, зокрема, виступає так зване «Руководство Траскати», інновація виступає результуючим продуктивним компонентом інноваційної діяльності. Інакше кажучи, інновація це кінцевий результат, продукт, наслідок, реалізована мета інноваційної діяльності підприємства [15]. Сучасні вітчизняні та закордонні економічні словники тлумачать інновацію як:

- впровадження нової техніки технологій, організації виробництва і збуту товарів, тощо, що дає змогу здобувати переваги над конкурентами [2];
- втілення нових форм організації праці і управління, що охоплює не тільки окреме підприємство, а й їх сукупність, галузь [11];
- новий підхід до конструювання, виробництва та збуту товарів, внаслідок

якого новатор і його компанія здобувають переваги над конкурентами [18];

- вкладення засобів в економіку, які забезпечать зміну техніки і технології [24];
- нова техніка, технологія, яка є результатом досягнень науково-технічного прогресу [29];
- кінцевий результат інноваційної діяльності, втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту чи технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг [42].

Результати аналізу визначень, наведених у спеціалізованих словниках, довідниках та енциклопедіях визначень свідчать, що «інновація» в них трактується по-різному.

Інноваційна діяльність – досить нове поняття як у науково-теоретичній сфері, так і в українській практиці господарювання. В економічній літературі «інноваційна діяльність» як поняття з'явилося наприкінці 80-х років минулого століття і набуло значення процесу науково-технічної, організаційно-економічної діяльності, спрямованої на створення прогресивної техніки і технологій на основі досягнень НТП [64].

Як свідчить аналіз, термін «інноваційна діяльність» відрізняється надмірним різноманіттям формулювань. Наразі в розумінні інноваційної діяльності відсутня єдність поглядів. В результаті аналізу літератури з проблем інноватики можна виділити декілька підходів щодо теоретичних поглядів на поняття «інноваційна діяльність».

Перший підхід – під інноваційною діяльністю вважається діяльність [23], спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення і відновлення номенклатури і поліпшення якості продукції, що випускається (товарів, послуг), удосконалення технології виготовлення з подальшим впровадженням і ефективною реалізацією на внутрішньому і зарубіжному ринках. Даний підхід у більшому ступені співзвучний Закону України «Про інноваційну діяльність» [49], згідно з яким: інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію наукових

досліджень і розробок і обумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Другий підхід – під інноваційною діяльністю розуміється процес [57], спрямований на розробку і реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий або удосконалений продукт, реалізований на ринку; у новий або удосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності, а також пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки.

Підходи науковців до визначення термінів «інновація», «інноваційна діяльність», «інноваційний менеджмент», які використовуються поряд із понятійним апаратом управління інноваційною діяльністю. Узагальнення різних точок зору з питання сутності поняття «інноваційна діяльність» дозволяє зробити такий висновок. Як складна, об'ємна категорія «інноваційна діяльність» досліджується в різних вимірах. В залежності від об'єкта і предмету дослідження інноваційна діяльність варіює між поняттями: діяльність, процес. Широке тлумачення інноваційної діяльності як нового охоплює все, що розуміється під науково-технічним прогресом [6]. Однак при цьому відбувається змішання наукових і інноваційних пріоритетів, породжуючи неправильні уявлення про однаковість вимог до інфраструктур, що забезпечують науковий або інноваційний розвиток. Науково-технічний прогрес розподіляють умовно на дві головні взаємозалежні і взаємодоповнюючі складові: складову науково-технічних досягнень і складову виробничо-технічних досягнень. У першому випадку результатами науково-технічного прогресу є наукові досягнення: нові знання, нові науково-технічні ідеї, відкриття і винаходи, нові технології на зовсім нових принципах. В другому випадку результатами науково-технічного прогресу є виробничо-технічні досягнення – інновації, створення яких припускає:

- професійний цілеспрямований розвиток і доведення результатів науково-технічних досягнень до створення нових технологій, нових систем, машин, устаткування, нових методів організації і планування виробництва тощо;
- практичну реалізацію створених результатів виробничо-технічних

досягнень споживачу або через ринок, або через механізм «замовлення – виконання»;

- забезпечення ефективного використання й експлуатації створеного інноваційного продукту;

- дослідження й одержання нових науково-технічних досягнень (якщо такі відсутні), необхідних для створення і реалізації затребуваних ринком або замовником інновацій.

Інноваційна діяльність є ланкою між науковою і виробничою сферою, у результаті взаємозв'язку яких реалізуються техніко-економічні потреби суспільства. Інноваційна діяльність має забезпечити усунення розриву між наявним обсягом і рівнем вже отриманих і перевірених науково-технічних досягнень і їхнього застосування на підприємствах.

Як самостійний вид діяльності інноваційна діяльність має такі особливості [62]:

1. У ході реалізації інновацій відбувається зміна об'єкта управління: міняється специфіка продукту, предмети праці, технологія.

2. Управління інноваційною діяльністю, на відміну від традиційного управління підприємством, характеризується високою нестабільністю і мінливістю всіх елементів системи управління і високим ризиком.

3. Управління інноваціями нерідко мотивується зовнішніми економічними факторами. При цьому досить часто інноваційні проекти мають іміджеву або соціальну спрямованість. Традиційні фінансові підходи обґрунтування економічної ефективності інноваційних рішень не завжди адекватно враховують вплив інновацій на внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, недооцінюється позитивний ефект інновацій.

4. Управління інноваціями припускає не тільки організаційно-технічні аспекти, але і координацію діяльності.

Інноваційна діяльність підприємства припускає цілий комплекс заходів, об'єднаних в один логічний ланцюг. Кожна ланка цього ланцюга, кожна стадія цієї діяльності підлягають своїй логіці розвитку, мають свої закономірності і свій зміст.

Поєднуючись наукові пошуки, дослідно-конструкторські і технологічні розробки, інвестиційно-фінансові, комерційні і виробничі заходи підлягають одній головній меті – створенню нововведення. Таким чином, до інноваційної діяльності відноситься вся діяльність підприємства у рамках інноваційного процесу, а також маркетингові дослідження ринків збуту і пошук нових споживачів, інформаційне забезпечення можливого конкурентного середовища і споживчих властивостей товарів конкуруючих фірм, пошуки новаторських ідей і рішень; партнерів із впровадження і фінансування інноваційного проекту [10]. Інноваційна діяльність пов'язана з трансформацією наукових досліджень і розробок, винаходів і відкриттів у новий продукт або у новий технологічний процес, які впроваджуються у виробничий процес, або в новий підхід до соціальних послуг. Інноваційна діяльність передбачає створення цілого комплексу наукових, технологічних, організаційних, фінансових і комерційних заходів, які у своїй сукупності ведуть до створення інновації «під ключ», тобто повністю готової до реалізації ринку. Здійснення наукової й інноваційної діяльності передбачає ефективне використання фінансових, організаційних, технологічних, людських та інформаційних ресурсів (рис. 1.1).

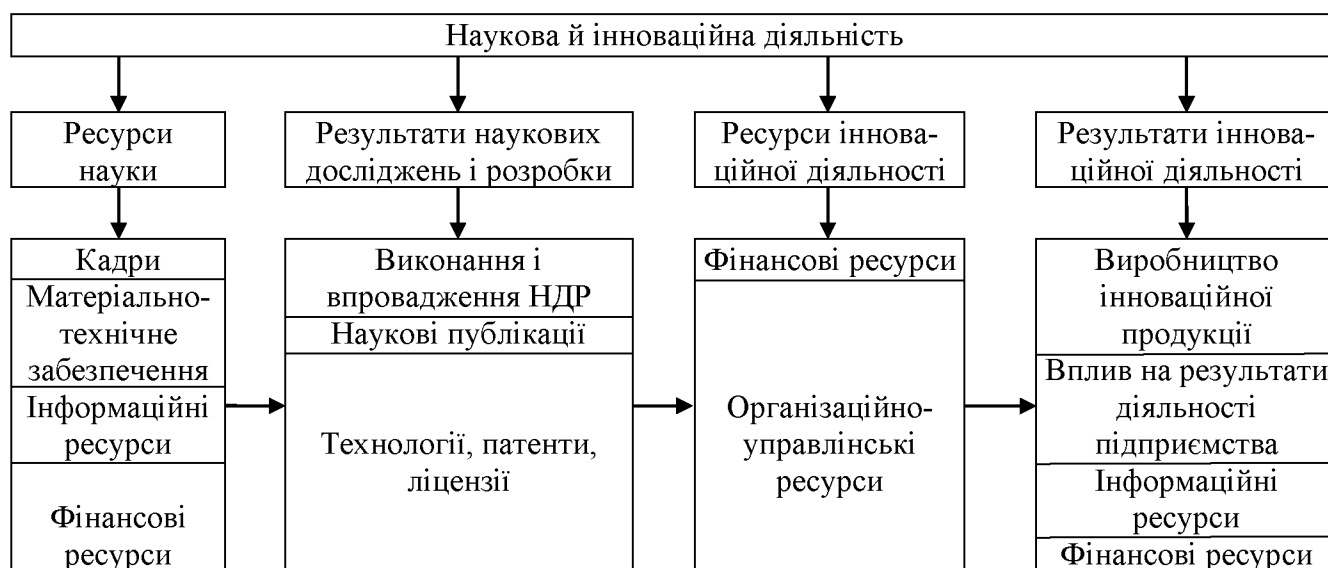


Рисунок 1.1 – Система показників наукової та інноваційної діяльності

Джерело: [10]

Серцевиною інноваційної діяльності на підприємстві є освоєння (комерціалізація) нових видів продукції або методів її виробництва, доставки і

реалізації. Визначаючи напрями інноваційної діяльності, керівництво фірми вирішує, на чому зосереджувати увагу: на продуктивних чи технологічних інноваціях. При цьому важливо хто є «ініціатором» інновації: споживач, постачальник чи конкурент.

Основу інноваційної діяльності сучасних підприємств становлять не тільки покупка і впровадження результатів НТП, але і «інновації власного виробництва», тобто ті, які розробляються і упроваджуються власними силами підприємства. Враховуючи, що головною складовою інноваційної діяльності є інноваційний проект, нами складено схему інноваційної діяльності підприємства (рис. 1.2).

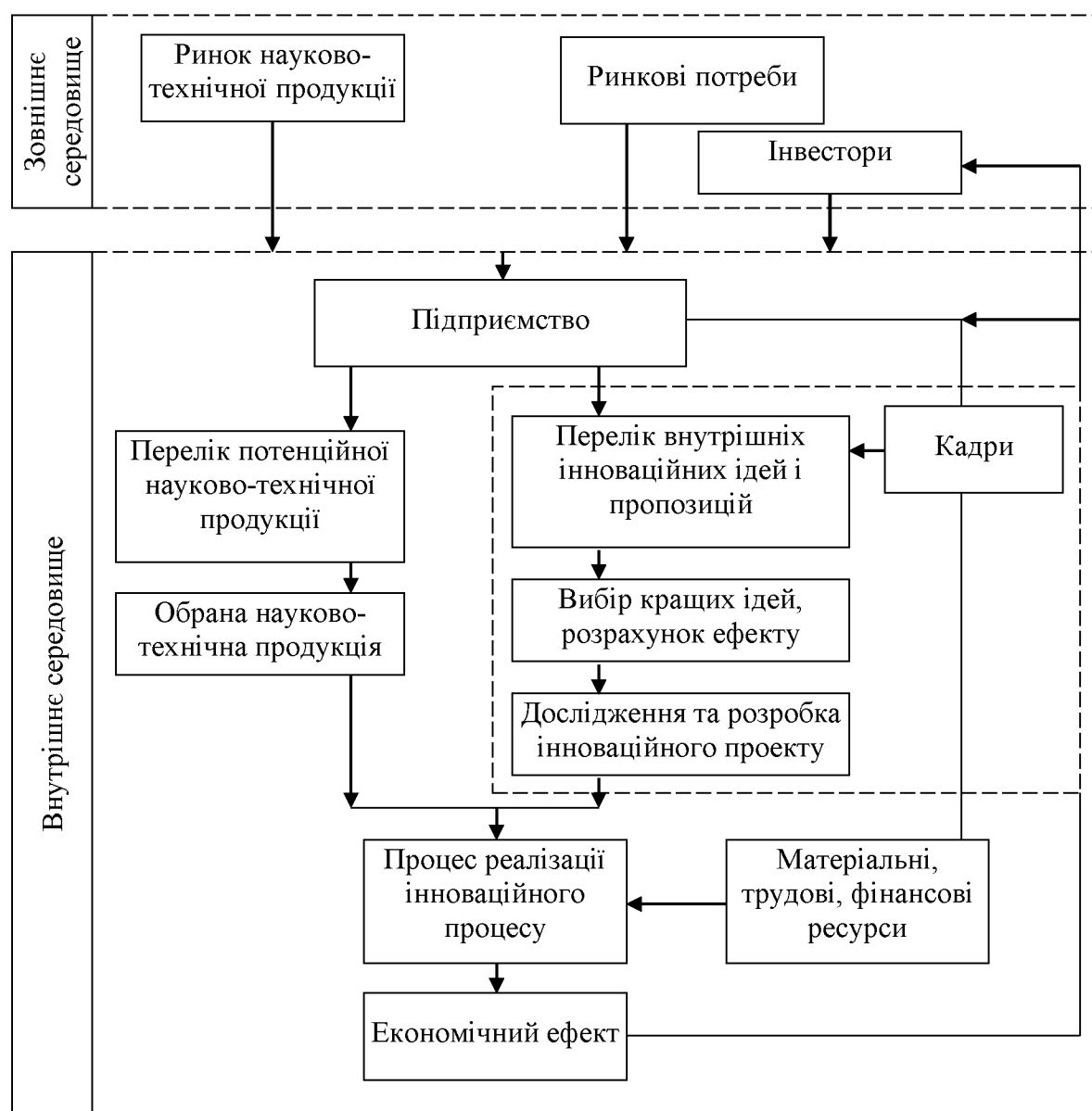


Рисунок 1.2 – Схема інноваційної діяльності підприємства

Джерело: [39].

Головне завдання інноваційної діяльності – це реструктуризація виробництва, спрямована на досягнення конкурентних переваг вітчизняних виробів на світовому ринку на основі наукових досягнень і передового досвіду. Це важливо не тільки з позиції розвитку експортного потенціалу, але особливо необхідно і для утримання внутрішнього ринку. Вихід на такий рівень конкурентоспроможності означає активізацію інноваційної діяльності.

Отже, інноваційна діяльність є особливого роду підприємництвом, спрямованим на використання нових знань, одержання технологічно нових або поліпшених продуктів (процесів) з метою одержання прибутку.

Інноваційна діяльність безпосередньо впливає за створенням і виявленням нововведень, заснована на їхній реалізації й організації ефективного задоволення суспільних потреб у нових товарах і послугах. Однак інноваційна діяльність не є самоціллю, вона у свою чергу є частиною головного завдання – створення нових унікальних споживчих властивостей продукції або послуг:

- пріоритет інновацій над традиційним виробництвом;
- економічність інноваційного виробництва (досягнення комерційного успіху);
- гнучкість (під нову ідею створюється самостійна інноваційна структура, що може бути абсолютно непридатною для вирішення інших проблем);
- комплексність (кардинальна інновація, як правило, викликає появу цілої сукупності супутніх їй більш незначних нововведень).

Проведемо підсумки теоретичного дослідження даного підпункту кваліфікаційної роботи:

- з'ясовано, що термін «інноваційна діяльність» відрізняється надмірним різноманіттям формулювань. Наразі в розумінні інноваційної діяльності відсутня єдність поглядів;
- виділено, на основі аналізу літератури з проблем інноватики, декілька підходів щодо теоретичних поглядів на поняття «інноваційна діяльність»: перший підхід – під інноваційною діяльністю розуміють діяльність, другий підхід – під інноваційною діяльністю розуміється процес;

– висвітлено сутність інноваційної діяльності: являється однією з умов модернізації національного господарства, переходу до нової,

– постіндустріальної стадії соціального прогресу і сприймається як необхідний атрибут ринкових економічних відносин. Крім того, інноваційна діяльність є однією з найважливіших складових процесу забезпечення успішного функціонування підприємства. У зв'язку з цим нові економічні умови вимагають інтенсивної інноваційної діяльності, підвищення уваги до ефективної організації досліджень та розробок, організації нововведень на всіх стадіях життєвого циклу продукції, зниження інноваційних ризиків, стратегічного управління в діяльності кожного підприємства.

Слід зазначити, що в останнє десятиріччя у зв'язку із зростанням стохастичних чинників у зовнішньому середовищі, а також відсутністю повноти інформації, у складних соціотехнічних системах стали наростати процеси десинхронізації ритму і зростання параметрів збурення системи. З точки зору термодинаміки це пояснюється не тільки збільшенням ентропії як міри нестійкості системи, а й підвищенням її схильності до переходу у нестабільний, хаотичний стан¹. У таких ситуаціях реакція фірми на зміни середовища повинна бути інноваційною, орієнтованою на системне оновлення.

Отже, управління інноваційною діяльністю є відкритою системою. Вхід у систему – інформація про зовнішнє середовище прямої дії: постачальників, споживачів, конкурентів, зовнішнє середовище опосередкованої дії: демографічні, економічні, політичні, правові, науково-технічні, соціально-культурні фактори та внутрішнє середовище: місія, стратегія, політика. Інформаційне забезпечення управління інноваційною діяльністю ґрунтується на зборі та накопиченні більшої кількості інформації, необхідної для перетворення її на нововведення. Вихід із системи – якісні і кількісні характеристики інноваційної діяльності.

Про ефективність реалізації інноваційного проекту свідчать не лише економічні результати. Інновації можуть змінювати й умови праці, зменшувати потребу в поновлюваних ресурсах, створювати можливість виконання тих робіт, які досі були поза межами людських чи технічних можливостей, формувати нові

напрями науково-технічного розвитку тощо.

Основними критеріями оцінювання результатів інновацій є актуальність, значущість та багатоаспектність. Існують різні види ефекту від реалізації інновацій (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Види ефекту від реалізації інновацій

Види ефекту	Показники
Науково-технічний	відображають зміну техніко-експлуатаційних і споживчих характеристик новачій
Економічний	враховують у вартісному вираженні, усі види результатів і витрат, обумовлених реалізацією інновацій
Ресурсний	відображають вплив інновацій на обсяг виробництва і споживання певного виду ресурсу
Соціальний	враховують соціальні результати реалізації інновацій
Екологічний	враховують вплив інновацій на навколишнє середовище

Джерело: [17].

З метою врахування цих ефектів, їх відповідно оцінюють. Виділяють науково-технічне, економічне, ресурсне, соціальне та екологічне оцінювання. У процесі науково-технічного оцінювання визначають:

- наскільки прийняті технічні рішення відповідають технологічним вимогам в індустріально розвинених країнах, сприяють руху до постіндустріального суспільства;
- який рівень і масштаб новизни інноваційного проекту, його складових частин, чи ґрунтується він на інтелектуальному продукті чи на захищеній патентами інтелектуальній власності;
- наскільки перспективними є закладені в проект технології й технічні засоби;
- на який ринок (зовнішній чи внутрішній) розрахована нова продукція.

Ефект від застосування нововведень на рівні конкретного підприємства завжди буде вимірятися економічними показниками, зокрема, обсягом збільшення прибутку, отриманого шляхом економії від зниження собівартості і збільшення виторгу від зростання обсягу реалізації інноваційної продукції завдяки її новій якості. Ресурсне оцінювання здійснюють з метою визначення впливу інновації на

обсяги споживання певного виду ресурсу і подолання проблеми його обмеженості (важлива у разі використання дефіцитних чи не поновлюваних ресурсів, особливо тих, які імпортують); визначають її показниками підвищення ефективності їхнього використання (наприклад, підвищення ефективності застосування трудових ресурсів – зростанням продуктивності праці; технічних ресурсів – зростанням фондів віддачі тощо). Соціальне оцінювання полягає у визначенні внеску інновації у поліпшення якості життя працівників конкретного підприємства. При цьому варто мати на увазі, що успішна реалізація інноваційних проектів пов'язана з отриманням соціального ефекту не тільки на рівні кожного конкретного підприємства, але і на рівні суспільства. Екологічне оцінювання враховує вплив інновації на вирішення проблем охорони довкілля, що особливо важливо під час реалізації інноваційних проектів, які можуть змінювати рівень екологічної безпеки території.

Тому в теорії інновацій, окрім економічного ефекту від запровадження інновацій (кількісний аналіз), виокремлюють якісні показники, зокрема посилення позицій бренду та зростання компетенції підприємства в процесі розроблення та запровадження інновацій, покращення екосистеми (взаємодії підприємства із навколишнім середовищем), нарощування запасу знань, зростання життєздатності підприємства з акцентом на те, що інновації мають великий вплив на працівників (насамперед на працівників підприємства, яке впроваджує інновації). Тому загальний ефект від реалізації інноваційних проектів доцільно аналізувати і визначати як соціально-економічний ефект із врахуванням гарантування екологічної безпеки.

Отже, розглянувши теоретичні аспекти управління інноваційною діяльністю підприємства, з'ясовано, що поняття «інновація» розглядалось багатьма дослідниками і має багато визначень, проте усі трактування можна звести до таких двох підходів: інновація як певний процес, спрямований на досягнення результату, та інновація як результат. Вважаємо, що інновація виступає саме результатом впровадження новачій і є продуктом інноваційної діяльності. Сам же процес управління інноваційною діяльністю складається з таких основних етапів як планування, організація, мотивація та контроль.

1.2. Принципи сучасної інноваційної діяльності ТНК в міжнародному бізнесі

Розвиток виробничих стосунків поступово призвів світ до процесу глобалізації економіки. В результаті, основною рушійною фінансовою силою сучасної міжнародної економіки є транснаціональні корпорації, для яких зовнішньоекономічна (закордонна) діяльність має більше значення ніж внутрішні операції материнської компанії в країні базування. На сьогодні ТНК на міжнародній арені виступають торговцями, інвесторами, розповсюджувачами сучасних технологій та стимуляторами міжнародної трудової міграції.

Нарощування глобальних економічних дисбалансів, поглиблення соціальних та економічних проблем, існування фінансової нестабільності, що весь час поглиблюється іноді переростаючи в безпосередні економічні кризи, повинні виступати найбільшим викликом дослідникам глобальних економічних процесів.

В 1964 році міжнародне співтовариство на першій конференції Організації Об'єднаних Націй по торгівлі та розвитку визнало, що якщо привілейоване положення, надмірне багатство та крайня бідність і соціальна несправедливість будуть існувати, то мета розвитку не буде досягнута. Саме ці процеси викликали появу соціально-інституціонального напрямку як різновиду сучасного інституціоналізму. Крім критики монопольного становища корпорацій, найпомітнішими складовими цього напрямку економічної думки стали:

- теорії системної трансформації капіталізму;
- соціально-індустріальні технокрактичні концесії.

Засновником же соціально-інституціонального напрямку справедливо вважають видатного американського економіста Дж. К. Гелбрейта, економічні концепції якого представляють всі складові соціально-індустріального напрямку. Головними теоріями знаменитого американського дослідника є концепції: «врівноважуючої сили»; «індустріального суспільства»; «суспільного добробуту»; «соціального партнерства» [12].

Дослідник виділяє два рівні розвитку корпорацій: «підприємницький» і «зрілий». В «підприємницькій корпорації» (20-ті-30-ті роки ХХ століття) господарем і керівником був окремий капіталіст, власник капіталу. Його основною метою була максимізація прибутку. Контроль над корпорацією зумовлювався капіталом підприємця, а не його компетентністю. Така корпорація не вимагала планування і державного втручання. Їй на зміну під впливом потужного технічного прогресу приходить «зріла корпорація» – колективна організація з суспільною капіталістичною власністю. За цих умов і виникає «нове індустріальне суспільство», яке забезпечує високий рівень споживання товарів і послуг, стирає соціальні конфлікти, «соціалізує» ринкове суспільство. У корпораціях «нового індустріального суспільства» владу матимуть не власники, а техноструктура, стверджував Дж. К. Гелбрейт [12].

Зважаючи на теорію Дж. К. Гелбрейта, слід зауважити, що його думки досить актуальні і для сьогодення, єдине що його градація на «підприємницьку» і «зрілу» ТНК зазнала трансформації і отримала гібридні прояви, що яскраво ілюструють ТНК на пострадянському просторі: з одного боку такі ТНК засновані окремими індивідами які мають ознаки капіталіста, з іншого боку вони ностальгічно спрямовані до плановості. Єдине чого не вистачає на пострадянському просторі так це технократів в розумінні Дж. К. Гелбрейта.

Для більшості ТНК світу тенденція до інтернаціоналізації їх інноваційної діяльності є загальною, проте конкретні стратегії, що використовуються японськими, американськими і європейськими фірмами істотно відрізняються між собою. Це можна пояснити не лише економічними міркуваннями, але й пріоритетами економічної політики конкретної країни базування материнської ТНК.

Так, європейські ТНК, користуючись вигодами існування Євросоюзу, розміщують свої НДДКР-лабораторії в тій країні Європи, де сконцентровані висококваліфіковані кадри. Наприклад, компанія АВВ, що виникла в результаті злиття Asea (Швеція) і Brown Boveri (Швейцарія), створила новий енергетичний дослідницький центр, але не в Швеції або Швейцарії, а в Німеччині, де можна було знайти відповідних висококваліфікованих фахівців.

Японські корпорації зазвичай виявляються більш закритими і консервативними, що відповідає зовнішньоекономічній стратегії країни. Вони віддають перевагу зосередженню дослідницької діяльності в центрах, що знаходяться на території Японії, використовуючи зарубіжні НДДКР-лабораторії лише на кінцевих стадіях комерціалізації нововведень для адаптації вже готового продукту або технології до місцевих стандартів, для його доопрацювання з урахуванням особливостей місцевого ринку та ін.

Американські корпорації при розміщенні своїх дослідницьких підрозділів діють найбільш прагматично, розміщуючи їх на території США. В США на сьогодні існують сприятливі умови для інноваційної діяльності: ліберальне законодавство, пільгове оподаткування НДДКР, великі обсяги венчурного капіталу, відлагоджені механізми комерціалізації нововведень і висококваліфіковані кадри зі всього світу. Проте, на початку ХХІ ст. тут з'явилась нова тенденція. Так, деякі американські ТНК почали створювати свої дослідницькі підрозділи в Європі і окремих країнах Азії, керуючись прагматичними мотивами об'єднання розробки, виробництва і реалізації товарів в одному місці. Подібні регіональні відмінності обумовлюють існування декількох шляхів інтернаціоналізації інноваційної діяльності ТНК шляхом створення закордонних НДДКР-лабораторій.

Японські ТНК зазвичай використовують наступну схему, що складається з п'яти послідовних стадій.

До першої стадії (І стадія) належить підготовка технології, що пов'язана з інтернаціоналізацією товару, тобто, підготовкою його для імпорту на зовнішній ринок. При цьому фірма зосереджується на науково-технічній інформації про товар і можливості його реалізації в т. ч. й в Японії. Часто для цього відкриваються окремі офіси в Сполучених Штатах і Європі, які займаються тільки переглядом технологій. В процесі укомплектування персоналу цих офісів японські компанії спираються на своїх співвітчизників.

Друга стадія (ІІ стадія) включає створення організаційної системи для підтримки передачі технології на виробничі потужності за кордоном. Більшість компаній при цьому створюють спеціальний департамент технології, стандартного

японського зразка, в якому кожна головна фабрика підтримується відділом технології або лабораторією, яка сприяє процесові розвитку технології і зростанню удосконалення продукту. У деяких компаніях ці департаменти займаються незначними модифікаціями товару, щоб задовольнити місцеві ринки, хоча виробництво нових виробів залишається сконцентрованим у Японії.

На третій стадії (III стадія) у багатьох японських компаніях закордонна лабораторія, не зважаючи на те, що називається центром НДДКР, здійснює лише незначні дослідження. Основна її діяльність полягає у виконанні широкого діапазону завдань: технічної кооперації з постачальниками, підтримки передачі технології у виробництво, і перехресного ліцензування.

На четвертій стадії (IV стадія), закордонні науково-дослідні лабораторії зосереджуються на розвитку нових виробів (в основному для місцевого ринку). Тобто, нарешті, починається реальна робота, спрямована на створення нового знання, що формально визначається як інтернаціоналізація інноваційної діяльності компанії.

П'ята стадія (V стадія), до якої дійшли у своєму розвитку лише окремі найбільші корпорації, розширює стратегічне завдання закордонних дослідницьких центрів. На цьому етапі сфера їх діяльності охоплює і фундаментальні дослідження – лабораторія починає брати участь у прогресивному транснаціональному розподілі інноваційної діяльності в межах компанії (рис. 1.3).

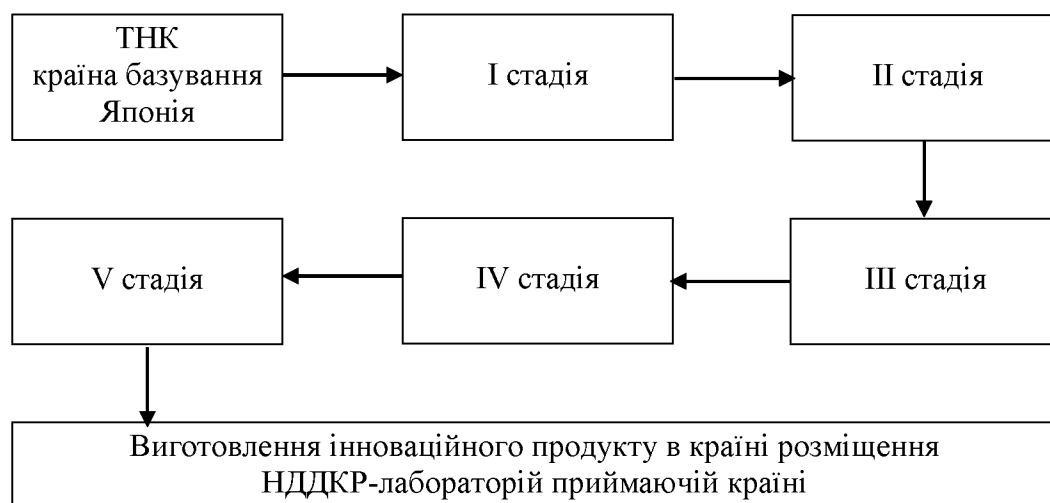


Рисунок 1.3 – Схема просування інноваційного продукту ТНК

Джерело: [30].

Слід зазначити, що в схемі виробництва інноваційного продукту ТНК США та ЄС є принципові відмінності (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 – Схема створення інноваційного продукту ТНК,
що базуються в США та країнах ЄС

Джерело: [12].

Таким чином, для ТНК Японії на відміну від ТНК США та ЄС характерна поступова інтеграція в країну розміщення закордонної лабораторії НДДКР з метою поступової підготовки до виробництва з подальшим виготовленням продукції в приймаючій країні. Причому, будь-яка з попередніх стадій є лише підготовкою майбутнього виробництва. Тоді як для ТНК США та ЄС характерна поступова трансформація лабораторій НДДКР від повністю залежної (щодо материнської компанії) до відносно самостійної лабораторії, яка від материнської залежить лише в частині замовлень інноваційного продукту.

В ринкових умовах інновації пронизують економіку, виступаючи як необхідна умова розвитку виробництва, розширення виробничих можливостей фірми, підвищення якості продукції, появи нових товарів і послуг, а також засобом, за допомогою якого компанія адаптується до змін в зовнішньому середовищі і змінює це середовище у своїх власних інтересах.

В основу теоретичного підходу до організації і управління інноваційною діяльністю в диверсифікованих фінансово-промислових груп і холдингових груп мають бути покладені наступні принципи:

- організація постійного потоку залучення інновацій в усіх сферах діяльності;
- підвищення ефективності діяльності як окремої компанії, що впроваджує інновації, так і усієї групи, в цілому;
- позитивна дія інноваційної діяльності на капіталізацію і збільшення обсяг і швидкості фінансового потоку групи.

Суб'єктами фінансування інноваційної діяльності є всі суб'єкти господарювання, зацікавленні в інвестуванні ресурсів в інноваційну діяльність для досягнення певного ефекту. До таких структур належать інноваційні підприємства (наукові організації, інноваційно активні підприємства, об'єкти інноваційної інфраструктури), державні органи влади (міністерства та відомства), спеціалізовані інноваційні фонди, різноманітні фінансові установи (банки, інвестиційні компанії, страхові компанії, недержавні пенсійні фонди), венчурні фонди, іноземні інвестори та приватні особи.

Об'єктами фінансування стають, по-перше, різні стадії інноваційного процесу, ризикованість фінансування яких зменшується мірою наближення до кінцевого результату через підвищення ймовірності досягнення комерційного успіху від реалізації інновації; по-друге, суб'єкти інноваційної діяльності; по-третє, напрями інноваційної діяльності, що змінюються залежно від стратегії, обраної суб'єктом інноваційної діяльності [22].

Появу фінансових інновацій зумовили численні фактори, такі як регулятивні обмеження й податки, волатильність цін, глобалізаційні процеси, необхідність мінімізувати витрати різного роду, науково-технічний прогрес, різноманітні ризики, сегментація ринків тощо. Важливо зазначити, що деякі економісти використовують поняття «інновації» в широкому розумінні для опису як економічних шоків (наприклад, нововведення в монетарній політиці), так і відповідей на них (наприклад, євровалютні депозити) [34]. Разом з тим у загальній системі інновацій доцільно виокремити фінансову інновацію, тобто таку, що функціонує у фінансовій сфері та економічну сутність якої можна визначити так. Фінансова інновація – це фінансовий продукт, яких або є унікальним, або ще не набув поширення через певні

умови і який призначений для підвищення дохідності й ліквідності та (або) зменшення ризиків завдяки більш ефективному перерозподілу наявних фінансових ресурсів і відповідної інформації.

До основних фінансових механізмів фінансування інноваційної діяльності ТНК слід віднести такі, як: трансфертне ціноутворення з метою отримання маржинального доходу; використання венчурних фондів як механізм фінансування інноваційних проектів; фінансово-кредитний механізм; створення стратегічних альянсів з метою мінімізації витрат на інновації; національна політика держави з метою стимулювання інноваційних процесів. Сукупність фінансових механізмів, що утворюють систему фінансового забезпечення інноваційної діяльності ТНК представлено на рис. 1.5.

Найчастіше об'єкти інноваційної діяльності виступають у формі інноваційного проекту – це комплекс документів, що включає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (в тому числі інвестиційних) щодо створення й реалізації інноваційного продукту або продукції.

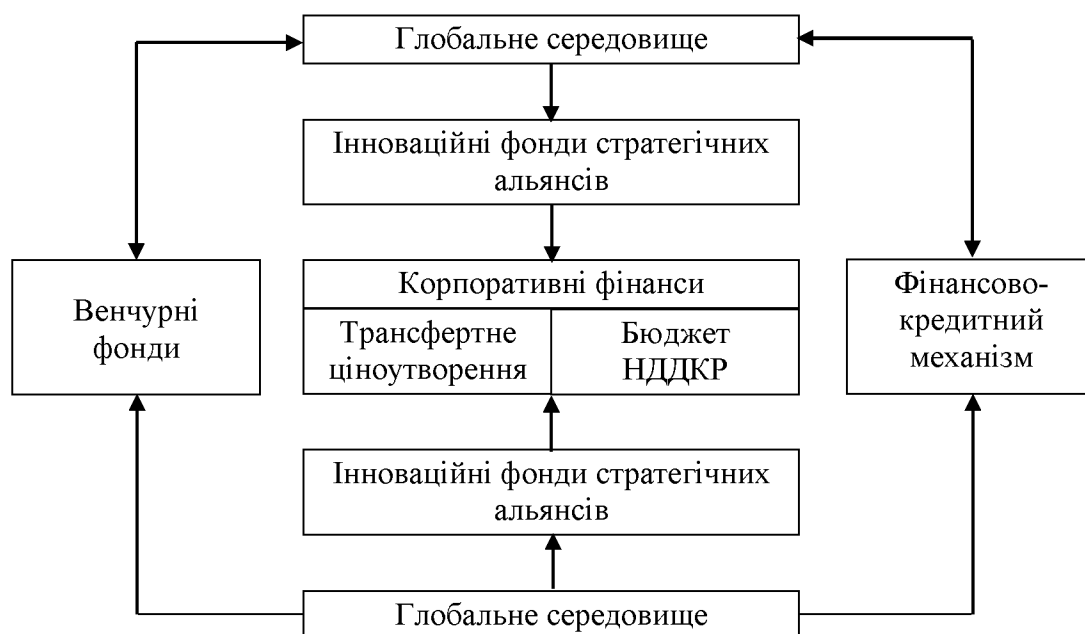


Рисунок 1.5 – Схема взаємодії фінансових механізмів з метою забезпечення інноваційного процесу ТНК

Джерело: [54].

Інноваційний продукт є реалізацією (впровадженням) об'єкта інтелектуальної

власності. Розробка продукту підвищує науково-технічний та технологічний рівень і виробляється вперше.

Під інноваційним процесом розуміють підготовку, освоєння, обґрунтування і контроль впровадження інвестицій у нововведення. Інноваційний процес складається з ряду послідовних стадій, основним з яких є наступні: 1) народження ідеї; 2) її техніко-економічне обґрунтування; 3) отримання дослідних (експериментальних) зразків; 4) маркетинг продукту; 5) здійснення проекту (створення підприємств); 6) реалізація товару;

Таким чином інноваційний процес охоплює весь комплекс виробництва й споживання та представляє собою період від зародження ідеї до її комерційної реалізації.

Джерелами фінансової підтримки інноваційної діяльності є:

а) бюджетні кошти; б) власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; в) кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб; г) кошти фінансово-кредитних установ.

Важливе значення в технологічній діяльності ТНК має міжнародна передача технологій (international technology transfer) як сукупність економічних відносин між фірмами різних країн у галузі використання зарубіжних технічних досягнень

Міжнародні документи трактують поняття «технологія» досить широко. Відповідно до неокласичної теорії воно включає:

- власне технологію (disembodied / dissembled technology), котру розуміють як набір конструктивних рішень, методів і процесів;
- матеріалізовану технологію (embodied technology), тобто технологію, втілену в машинах, обладнанні і т. ін.

Форми трансферту технологій на світовому ринку:

- передача, продаж або надання за ліцензією всіх форм промислової власності (за винятком товарних і фірмових знаків);
- надання «ноу-хау» і технологічного досвіду;
- торгівля високотехнологічною продукцією;
- надання технологічного знання, необхідного для придбання, монтажу і

використання машин і обладнання, напівфабрикатів і матеріалів, отриманих за рахунок закупівлі, оренди, лізингу або іншим шляхом;

- промислове і технічне співробітництво в частині, що стосується технічного змісту машин, обладнання, напівфабрикатів, матеріалів;
- надання консалтингових послуг та інжиніринг;
- передача технології в рамках науково-технічної виробничої кооперації;
- передача технології в рамках інвестиційного співробітництва [36].

Міжнародна передача технології може здійснюватись як по міжфірмових каналах незалежними іноземними фірмами, так і по внутрішніх каналах ТНК у разі впровадження в будь-якому національному відділенні науково-технічного досягнення, розробленого організаційною одиницею ТНК в іншій країні.

В технологічній політиці багатьох ТНК спостерігаються дві протилежні тенденції. З одного боку, регіональна економічна інтеграція у поєднанні зі зближенням стандартів і споживчих переваг створює умови в ряді галузей для ефективного стратегічного управління ТНК на основі централізованого контролю і власних філій. З іншого боку, існують численні приклади фірм і галузей, де стратегія співробітництва стає ефективнішою. Цьому сприяє економічний націоналізм, протекціонізм, відмінності місцевих культур і стандартів та інші фактори [37].

Незважаючи на те, що транснаціональні корпорації ведуть активну діяльність із передачі технологій, вони також досить часто прагнуть захистити, монополізувати власні технологічні досягнення. ТНК додають максимум зусиль для запобігання передачі технологій, оскільки саме володіння технологіями є основним чинником їх конкурентоспроможності. Саме цим багато в чому пояснюється значення, яке ТНК надає питанням захисту інтелектуальної власності.

Одним з ключових механізмів захисту технологій є патентування. Країна, що надає ТНК патентний захист автоматично позбавляє свої власні компанії можливості імпортувати дешевші продукти і технології і тим більше – використовувати запатентовану технологію у виробництві. Слід враховувати, що продаж запатентованої технології, як правило, супроводжується цілим рядом

серйозних обмежень і підкріплюється фактично примусовим продажем напівфабрикатів з використанням трансфертного ціноутворення [19].

Проте, було прийнято вважати, що країни, що розвиваються, отримують від присутності в них транснаціональних корпорацій значні вигоди. Ці вигоди пов'язують в першу чергу з перенесенням на територію країни сучасних технологій – не лише виробництва але і управління, у тому числі таких технологій управління, які є умовою самої можливості вказаних інвестицій з боку ТНК.

Таким чином, технологічна політика ТНК представляє собою складну сукупність методів розробки, виготовлення та просування товару на міжнародний ринок. Природа діяльності транснаціональних корпорацій передбачає інтернаціоналізацію науково-дослідної діяльності, тобто розміщення науково-дослідних лабораторій на території країни-споживача, а трансфер технологій, який має свої певні переваги й недоліки як для країни базування так і для приймаючої сторони.

В сучасній науковій літературі багато уваги приділяється дослідженню системи фінансування інноваційних проектів як явищ в цілому. У науковій літературі немає єдиного формулювання згаданого поняття. Окремо розглядаються механізми фінансового забезпечення, заходи, важелі впливу, фінансові інструменти. Так, наприклад, О. М. Юркевич в колективній монографії «Активізація інвестиційного процесу в Україні» під редакцією М. І. Диби, Т. В. Майорової, зазначає, що на сучасному етапі спостерігається досить низька ефективність заходів, що їх здійснюють як держава, так і корпоративний сектор у площині фінансування інноваційної діяльності. Система фінансового забезпечення інноваційної діяльності – це сукупність економічних відносин у сфері пошуку, залучення й ефективності використання фінансових ресурсів [1].

З точки зору фінансування інноваційних проектів транснаціональними корпораціями, слід зауважити, що цей процес передбачає взаємодію таких складових як суб'єктів інвестування (забезпечують фінансові ресурси) та фінансових механізмів (визначають джерела та взаємодію фінансових ресурсів).

Таким чином, дефініцію «система фінансового забезпечення інноваційної

діяльності ТНК» можна визначити як:

Система фінансового забезпечення інноваційної діяльності ТНК це комплекс заходів направлений на створення концепції взаємодії фінансових механізмів та суб'єктів інвестування для досягнення мети повного та своєчасного фінансування інноваційного проекту.

Система фінансування інноваційного проекту має на меті забезпечення кожного суб'єкта інвестиційної діяльності необхідними фінансовими ресурсами та створити систему координованої їх спільної дії для досягнення мети фінансування інноваційних проектів направлених на створення інноваційного продукту. Причому забезпечує таку взаємодію безпосередньо фінансовий механізм обраний суб'єктом інвестування на певному етапі створення інноваційного продукту.

Висновки до розділу 1

Поняття «інновація» розглядалось багатьма дослідниками і має багато визначень, проте усі трактування можна звести до таких двох підходів: інновація як певний процес, спрямований на досягнення результату, та інновація як результат. Вважаємо, що інновація виступає саме результатом впровадження новачій і є продуктом інноваційної діяльності. Сам же процес управління інноваційною діяльністю складається з таких основних етапів як планування, організація, мотивація та контроль.

До інноваційної діяльності відноситься вся діяльність підприємства в межах інноваційного процесу, а також маркетингові дослідження ринків збуту і пошук нових споживачів, інформаційне забезпечення можливого конкурентного середовища і споживчих властивостей товарів конкуруючих фірм, пошуки новаторських ідей і рішень; партнерів із впровадження і фінансування інноваційного проекту. Інноваційна діяльність пов'язана з трансформацією наукових досліджень і розробок, винаходів і відкриттів у новий продукт або у новий технологічний процес,

які впроваджуються у виробничий процес, або в новий підхід до соціальних послуг. Інноваційна діяльність передбачає створення цілого комплексу наукових, технологічних, організаційних, фінансових і комерційних заходів, які у своїй сукупності ведуть до створення інновації «під ключ», тобто повністю готової до реалізації ринку.

Нині концентрація інноваційної діяльності досить висока у окремих країнах та їх національних ТНК. Так, питома вага ТНК лише трьох країн – США, Японії і Німеччини – становить 73 % всього «списку 700» найбільших наукомістких компаній світу, причому для США цей показник склав 40%. Класифікація показників, які використовуються для оцінки інноваційного потенціалу ТНК, базується на використанні наступних ознак: чинники інноваційної діяльності; функціональне призначення; відношення до етапів життєвого циклу інновацій. Найважливішим завданням при створенні системи показників оцінки інноваційного потенціалу ТНК є визначення цілей і критеріїв інноваційного розвитку, основними з яких є наступні: одержання прибутку і забезпечення його зростання; утримання і розширення поточних позицій на світовому ринку; підвищення якості продукції; підвищення ефективності використання ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових тощо); підвищення конкурентоспроможності за допомогою застосування нових технологій та ін.

Технологічна політика ТНК представляє собою складну сукупність методів розробки, виготовлення та просування товару на міжнародний ринок. Природа діяльності транснаціональних корпорацій передбачає інтернаціоналізацію науково-дослідної діяльності, тобто розміщення науково-дослідних лабораторій на території країни-споживача, а трансфер технологій, який має свої певні переваги й недоліки як для країни базування так і для приймаючої сторони.

РОЗДІЛ 2

НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «MICROSOFT CORPORATION»

2.1. Характеристика сучасного стану компанії «Microsoft Corporation»

Компанія «Microsoft Corporation» займається розробкою, ліцензуванням і підтримкою програмного забезпечення, конструюванням, виробництвом і продажем пристроїв, а також демонструє релевантну рекламу в мережі Інтернет клієнтам по всьому світу. На додаток до продажу окремих продуктів і послуг Компанія пропонує пакети продуктів і послуг. Компанія належить до технологічного сектору [41].

Продукція компанії включає операційні системи для обчислювальних пристроїв, серверів, телефонів і інших інтелектуальних пристроїв; серверні додатки для середовищ розподілених обчислень; додатки для підвищення продуктивності роботи; додатки для бізнесу; інструменти для управління стаціонарним комп'ютером і сервером; інструменти для розробки програмного забезпечення; відеоігри; і реклама в мережі Інтернет. Компанія також розробляє і продає апаратне обладнання, включаючи персональні комп'ютери, планшети, ігрові та розважальні консолі, телефони, інші інтелектуальні пристрої та аксесуари для них.

Компанія пропонує хмарні рішення, які надають клієнтам доступ до програмного забезпечення, послуг і контенту через мережу Інтернет за допомогою спільного використання комп'ютерних ресурсів, розміщених в централізованих дата центрах. До таких хмарних сервісів відносяться Bing, Microsoft Azure, Microsoft Dynamics CRM Online, Microsoft Office 365, OneDrive, Skype, Xbox Live і Yammer.

Компанія була заснована в 1975 році і є корпорацією, заснованою в відповідно до законодавства штату Вашингтон. Штаб-квартира Microsoft Corporation знаходиться за адресою: Уан Майкрософт Уей, Редмонд, штат Вашингтон, США [41].

Згідно з рейтингом Fortune 500, компанія на кінець 2020 року посіла 21 позицію в США. У 2016 році «Microsoft Corporation» стала провідною компанією, що розробляє програмне забезпечення, і також потрапила до категорії п'яти найбільших у світі технологічних компаній. Бренд домінує у галузі програмного забезпечення протягом останніх 40 років [40].

Компанія «Microsoft Corporation» працює в трьох сегментах: Productivity and Business Processes, Intelligent Cloud and More Personal Computing.

Productivity and Business Processes – пропонує Office, Exchange, SharePoint, Microsoft Teams, Office 365 Security and Compliance, Skype for Business, а також ліцензії клієнтського доступу (CAL); Skype, Outlook.com, OneDrive і LinkedIn, Dynamics 365, комплект «cloud-based» і «on-premise» бізнес-рішень для малого та середнього бізнесу, великих організацій і структурних підрозділів підприємств.

Intelligent Cloud – включає в себе SQL і Windows Servers, Visual Studio, System Center і пов'язані з ними CAL, GitHub, що надає платформу для спільної роботи та послуги кодового хостингу для розробників, Azure, хмарну платформу, яка забезпечує клієнтів програмним забезпеченням, послугами, платформами і контентом. Цей сегмент надає послуги підтримки та консультації «Microsoft Corporation» для надання допомоги клієнтам в розробці, розгортанні та управлінні серверними і настільними рішеннями Microsoft, а також навчання і сертифікацію розробників та IT-професіоналів з різних продуктів компанії.

More Personal Computing – пропонує ліцензування для виробників оригінального устаткування Windows (OEM) та інші види ліцензування для операційної системи Windows, Windows Commercial, наприклад, масове ліцензування операційної системи Windows, хмарних сервісів Windows та інших комерційних пропозицій Windows; патентне ліцензування; Windows Internet of Things і рекламу MSN. До цього сегменту також відносять: Surface, PC аксесуари, PC, планшети, ігрові та розважальні приставки та інші пристрої; Gaming, включаючи обладнання Xbox, контент і послуги Xbox; відеоігри і виплати за відеоігри сторонніх виробників, а також Search, включаючи рекламні продукти Bing і Microsoft [40].

Проведемо аналіз результатів діяльності компанії «Microsoft Corporation» за 2018-2020 роки (табл. 2.1).

**Таблиця 2.1 – Загальні результати діяльності
компанії «Microsoft Corporation» за 2018-2020 рр.**

Показники	Фінансові роки			Відхилення %, (+;-) 2020 р. від	
	2020	2019	2018	2019	2018
Дохід, млрд дол. США	143,015	125,843	110,360	14	14
Валовий дохід, млрд дол. США	96,937	82,933	72,007	17	15
Операційний дохід, млрд дол. США	52,959	42,959	35,058	23	23
Чистий прибуток, млрд дол. США	44,281	39,240	16,571	13	137
Розбавлений прибуток на акцію, дол. США	5,76	5,06	2,13	14	138
Чистий прибуток не по GAAP, млрд дол. США	44,281	36,830	30,267	20	22
Розбавлений прибуток на акцію не по GAAP, дол. США	5,76	4,75	3,88	21	22

Джерело: розраховано автором на основі [65].

У 2020 фінансовому році порівняно з 2019 фінансовим роком дохід збільшився на 17,2 млрд дол. США, або на 14%, за рахунок зростання в кожному з сегментів діяльності. Збільшився дохід від інтелектуальних хмар завдяки серверним продуктам та хмарним сервісам. Збільшився дохід від продуктивності та бізнес-процесів за рахунок Office Commercial та LinkedIn. Спостерігався ріст доходів завдяки Windows і Surface.

Валова рентабельність зросла на 14,0 млрд дол. США, або на 17%, за рахунок зростання в кожному з сегментів. Відсоток валової націнки збільшився, що зумовлено переходом комбінації продажів до підприємств із більшою маржею. Відсоток валової націнки комерційної хмари зріс на 4 пункти до 67%, головним чином завдяки вдосконаленню Azure. Операційний дохід зріс на 10,0 млрд дол. США, або на 23%, за рахунок зростання в кожному з сегментів [58].

Основними змінами у витратах були такі:

1. Вартість доходу зросла на 3,2 млрд дол. США або на 7%, що зумовлене зростанням комерційної хмари.
2. Витрати на дослідження та розробки зросли на 2,4 млрд дол. США, або

на 14%, за рахунок інвестицій у хмарну інженерію, LinkedIn, Devices та Gaming.

3. Витрати на збут та маркетинг зросли на 1,4 млрд дол. США, або на 8%, за рахунок інвестицій у LinkedIn та комерційних продажів, а також збільшення витрат на безнадійну заборгованість.

4. Загальні та адміністративні витрати зросли на 226 млн дол. США, або на 5%, за рахунок витрат, пов'язаних із закриттям офлайн-магазинів Microsoft Store, компенсованих частково зменшенням податків на бізнес та судових витрат.

5. Валова рентабельність та операційний дохід включали несприятливий вплив в курсовій різниці на 2% та 4% відповідно.

Чистий прибуток 2019 року включав пільгу податку на чистий прибуток у розмірі 2,6 млрд дол. США, пов'язану з передачею нематеріального майна та 157 млн дол. США чистих витрат, пов'язаних з введенням в дію TCJA, що разом призвело до збільшення чистого доходу та розбавлення прибутку на акцію на 2,4 млрд дол. США і 0,31 дол. США відповідно.

Розглянемо результативність окремих сегментів компанії «Microsoft Corporation» за 2018-2020 фінансові роки (табл. 2.2).

**Таблиця 2.2 – Результати діяльності окремих сегментів
компанії «Microsoft Corporation» за 2018-2020 рр.**

Показники	Фінансові роки			Відхилення %, (+;-) 2020 р. від	
	2020	2019	2018	2019	2018
1. Дохід, млрд дол. США	143,015	125,843	110,360	14	14
1.1. Productivity and Business Processes, млрд дол. США	46,398	41,160	35,865	13	15
1.2. Intelligent Cloud, млрд дол. США	48,366	38,985	32,219	24	21
1.3. More Personal Computing, млрд дол. США	48,251	45,698	42,276	6	8
2. Операційний прибуток, млрд дол. США	52,959	42,959	35,058	23	23
2.1. Productivity and Business Processes, млрд дол. США	18,724	16,219	12,924	15	25
2.2. Intelligent Cloud, млрд дол. США	18,324	13,920	11,524	32	21
2.3. More Personal Computing, млрд дол. США	15,911	12,820	10,610	24	21

Джерело: розраховано автором на основі [65].

В сегменті Productivity and Business Processes дохід зріс на 5,2 млрд дол. США, або на 13%. Дохід від продуктів Office Office та хмарних послуг зріс на 3,1 млрд

дол. США, або на 12%, за рахунок Office 365 Commercial, частково компенсованого меншим доходом від продуктів, що мають локальну ліцензію, що відображає постійний перехід до хмарних пропозицій. Комерційний дохід Office 365 виріс на 24% завдяки збільшенню кількості робочих місць і збільшенню доходу на одного користувача.

Дохід від продуктів та хмарних послуг Office Consumer збільшився на 458 млн дол. США, або на 11%, за рахунок доходів від підписки на Microsoft 365 та високої транзакцій активності в Японії. Кількість користувачів Office 365 Consumer збільшилась на 23% до 42,7 млн завдяки збільшенню попиту на віддалену роботу та сценаріїв навчання [58].

Дохід від LinkedIn збільшився на 1,3 млрд дол. США, або на 20%, за рахунок зростання всіх підприємств. Дохід від продуктів та хмарних послуг Dynamics збільшився на 14%, що зумовлено зростанням Dynamics 365 на 42%.

Операційний дохід від сегменту Productivity and Business Processes зріс на 2,5 млрд дол. США, або на 15%. Валова рентабельність зросла на 4,1 млрд дол. США, або на 13%, за рахунок зростання Office Commercial та LinkedIn. Відсоток валової рентабельності був відносно незмінним, завдяки покращенню процентного співвідношення маржі в LinkedIn, частково компенсованої збільшенням асортименту хмарних пропозицій.

Операційні витрати сегменту Productivity and Business Processes зросли на 1,6 млрд дол. США, або на 11%, за рахунок інвестицій у LinkedIn та хмарну інженерію.

Дохід, валова рентабельність та операційний дохід включали несприятливий вплив курсової різниці в 2018-2020 фінансових роках на 2%, 2% та 4% відповідно.

Розглядаючи сегмент Intelligent Cloud компанії «Microsoft Corporation» за 2019-2020 фінансові роки можемо відзначити, до дохід зріс на 9,4 млрд дол. США, або на 24%.

Дохід від серверних продуктів та хмарних послуг збільшився на 8,8 млрд дол. США, або на 27%, за рахунок Azure. Дохід Azure виріс на 56% завдяки зростанню сервісів орієнтованих на споживачів. Дохід від серверних продуктів зріс на 8% завдяки гібридним та преміальним рішенням, а також попиту, пов'язаному з

припиненням підтримки SQL Server 2008 та Windows Server 2008. Дохід від корпоративних послуг зріс на 285 млн дол. США, або на 5%, за рахунок зростання обсягів послуг Premier Support Services.

Операційний дохід сегменту Intelligent Cloud зріс на 4,4 млрд дол. США, або на 32%. Валова рентабельність зросла на 6,9 млрд дол. США, або на 26%, за рахунок зростання доходів від серверних продуктів та хмарних послуг, масштабу та ефективності хмарних послуг. Відсоток валової рентабельності дещо зріс завдяки покращенню відсотка валової рентабельності в Azure, частково компенсованому збільшенням асортименту хмарних пропозицій. Операційні витрати зросли на 2,5 млрд дол. США, або на 19%, за рахунок інвестицій в Azure.

Наступним аналізованим сегментом компанії «Microsoft Corporation» є More Personal Computing. Так, дохід від даного сегменту збільшився на 2,6 млрд дол. США, або на 6% за 2019-2020 фінансові роки.

Дохід від Windows збільшився на 1,9 млрд дол. США, або на 9%, за рахунок зростання обсягів Windows Commercial та Windows OEM. Дохід від комерційних продуктів та хмарних послуг Windows збільшився на 18%, що викликано зростанням попиту на Microsoft 365. Дохід від Windows OEM зріс на 9%, випередивши зростання ринку ПК. Дохід від Windows OEM Pro зріс на 11%, що зумовлено припиненням підтримки Windows 7 та значним попитом на Windows 10, частково компенсованим кризою малого та середнього бізнесу викликані карантинними обмеженнями. Попит від віддаленої роботи та дистанційне навчання спричинили зростання на 5% доходу від Windows OEM non-Pro та на 8% (457 млн дол. США) від Surface.

Ігрова виручка зросла на 189 млн дол. США або на 2%, що зумовлено збільшенням асортименту вмісту та послуг Xbox, частково компенсованого зменшенням обладнання Xbox. Дохід від вмісту та послуг Xbox зріс на 943 млн дол. США, або на 11%, порівняно з рівнем 2019 фінансового року, зважаючи на популярність Minecraft, сторонніх ігор та підписок (особливо в період карантинних обмежень). Дохід від обладнання Xbox зменшився на 31%, головним чином через зменшення обсягу та ціни проданих консолей. Від пошукової реклами дохід зріс на

112 млн дол. США, або на 1%.

Операційний дохід за 2019-2020 фінансові роки від сегменту More Personal Computing зріс на 3,1 млрд дол. США, або на 24%. Валовий прибуток збільшився на 3,0 млрд дол. США, або на 12%, за рахунок зростання Windows, Gaming та Surface. Відсоток валової прибутковості збільшився за рахунок зміни структури продажів на користь підприємств з вищою рентабельністю та зростання відсоткової частки валового прибутку в ігровій індустрії.

Операційні витрати сегменту More Personal Computing компанії «Microsoft Corporation» зменшились на 119 млн дол. США (1%), що зумовлено перерозподілом інженерних ресурсів, частково компенсованими витратами, пов'язаними із закриттям офлайн-магазинів Microsoft Store та інвестиціями в ігри.

Розглянемо заборгованість за фінансовими роками, що підлягає виплаті за непогашеними контрактними зобов'язаннями станом на 30 червня 2020 року (табл. 2.3).

**Таблиця 2.3 – Майбутні зобов'язання компанії «Microsoft Corporation»
станом на кінець 2020 фінансового року, млн дол. США**

Показники	Майбутня заборгованість у фінансовому році				Всього
	2021	2022-2023	2024-2025	Після 2025	
Довгостроковий борг, всього	40,460	25,478	23,142	89,885	178,965
Основні платежі	3,750	10,716	7,500	45,441	67,407
Виплата відсотків	2,028	3,736	3,293	25,265	34,322
Зобов'язання з будівництва	4,761	0,280	0	0	5,041
Оперативна оренда, включаючи приписані відсотки	2,420	3,986	2,929	4,409	13,744
Фінансова оренда, включаючи приписані відсотки	0,992	2,243	2,676	9,611	15,522
Перехідний податок	1,450	2,899	6,343	4,531	15,223
Зобов'язання щодо придбання	25,059	1,324	0,369	0,272	27,024
Інші довгострокові зобов'язання	0	0,294	0,032	0,356	0,682

Джерело: розраховано автором на основі [65].

Як результаті дії Закону про податкові скорочення та робочі місця (TCJA) 2017 року, компанія зобов'язана сплатити одноразовий перехідний податок з відстрочених іноземних доходів, які раніше не обкладались податком на прибуток у США. Відповідно до TCJA, перехідний податок сплачується безвідсотковою

розстрочкою протягом восьми років, при цьому 8% сплачується у кожному з перших п'яти років, 15% – на шостий рік, 20% та 25% – на сьомий та восьмий рік відповідно. Компанія заплатила перехідний податок у розмірі 3,2 млрд дол. США, що включав 1,2 млрд дол. США за 2020 фінансовий рік. Залишковий перехідний податок у розмірі 15,2 млрд дол. США сплачується протягом наступних шести років з остаточним платежем у 2026 фінансовому році. Протягом 2020 фінансового року компанія «Microsoft Corporation» також сплатила 3,7 млрд дол. США пов'язаних із передачею нематеріальної власності, яка сталася у четвертому кварталі 2019 фінансового року.

Компанія очікує, що наявні грошові кошти, їх еквіваленти, короткострокові інвестиції, грошові потоки від операцій та доступ до ринків капіталу будуть і надалі достатніми для фінансування операційної діяльності та зобов'язань з грошових коштів для інвестиційної та фінансової діяльності, таких як дивіденди, викуп акцій, боргові погашення, матеріальні капітальні витрати та перехідний податок, пов'язаний із ТСJA, щонайменше протягом наступних 12 місяців, а потім і в осяжному майбутньому.

Компанія «Microsoft Corporation» буде продовжувати інвестувати в продажі, маркетинг, інфраструктуру підтримки продуктів, а також існуючі та передові галузі технологій, а також продовжувати робити придбання, що відповідають бізнес-стратегії. Продовжуватиметься придбання майна та обладнання, включаючи нові приміщення, центри обробки даних та комп'ютерні системи для досліджень та розробок, продажів та маркетингу, підтримки та адміністративного персоналу. Компанія очікує збільшення капітальних витрат у найближчі роки, щоб підтримати зростання хмарних пропозицій. «Microsoft Corporation» має операційну та фінансову оренду для центрів обробки даних, корпоративних офісів, дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт, роздрібних магазинів та певного обладнання.

На 30 червня 2020 та 2019 років грошові кошти, їх еквіваленти та короткострокові інвестиції становили 136,5 та 133,8 млрд дол. США. В той же час акціонерний капітал компанії «Microsoft Corporation» становив 3,0 та 2,6 млрд дол. США відповідно. Короткострокові інвестиції в першу чергу призначені для

сприяння ліквідності та збереженню капіталу. Вони складаються переважно з високоліквідних цінних паперів із фіксованим доходом інвестиційного класу, диверсифікованих між галузями та окремими емітентами. Інвестиції – це переважно цінні папери, деноміновані в доларах США, але також включають цінні папери, деноміновані в іноземній валюті, для диверсифікації ризику. Інвестиції компанії «Microsoft Corporation» з фіксованим доходом схильні до процентного та кредитного ризику. Кредитний ризик та середній термін погашення портфеля з фіксованою дохідністю регулюється для отримання економічного прибутку, який корелює з певними індексами з фіксованим доходом. Розрахований ризик, пов'язаний з цими інвестиціями, незначний, враховуючи, що короткотермінові інвестиції – це в основному високоліквідні цінні папери з фіксованим доходом інвестиційного класу.

Готівкові кошти від операцій компанії «Microsoft Corporation» зросли на 8,5 млрд дол. США до 60,7 млрд дол. США за 2020 фінансовий рік, головним чином за рахунок збільшення готівки від клієнтів, частково компенсованої збільшенням готівки, яка використовується для сплати податку на прибуток, постачальників та службовців. Готівкові кошти, використані у фінансуванні, збільшились на 9,1 млрд дол. США до 46,0 млрд дол. за 2020 фінансовий рік, в основному за рахунок 3,4 млрд дол. США збільшення виплачених дивідендів. Грошові кошти, використані для інвестування, зменшились на 3,6 млрд дол. США до 12,2 млрд дол. США за 2020 фінансовий рік, головним чином за рахунок збільшення грошових коштів за рахунок чистих інвестиційних закупівель, продажів та строків погашення, частково компенсованих збільшенням додаткових витрат на майно та обладнання на 1,5 млрд дол. США та 1,2 млрд дол. США в інші інвестиції для полегшення придбання комплектуючих.

Збільшення ефективної ставки податку компанії «Microsoft Corporation» на 2020 фінансовий рік порівняно з 2019 фінансовим роком було зумовлене, головним чином, податком на прибуток у розмірі 2,6 млрд дол. США у четвертому кварталі 2019 фінансового року, пов'язаним з передачею нематеріального майна. Зниження ефективної ставки податку на 2019 фінансовий рік порівняно з 2018 фінансовим

роком було зумовлене, головним чином, чистим збором, пов'язаним із введенням у дію TCJA у другому кварталі 2018 фінансового року, та пільгою з податку на прибуток у розмірі 2,6 млрд дол. США (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Складові відстрочених податкових зобов'язань компанії

«Microsoft Corporation» за 2019-2020 pp., млн дол. США

Показники	Фінансовий рік	
	2020	2019
1. Активи по відстроченому податку на прибуток	15,340	15,693
1.1. Витрати на компенсацію на основі запасів	0,461	0,406
1.2. Нарахування, резерви та інші витрати	2,721	2,287
1.3. Перенесення збитків та кредитів	0,865	3,518
1.4. Знос та амортизація	6,361	7,046
1.5. Зобов'язання з лізингу	3,025	1,594
1.6. Нетрудовий дохід	1,553	0,475
1.7. Інше	0,354	0,367
2. Зобов'язання з відстрочення податку на прибуток	-8,384	-5,176
2.1. Різниця в бухгалтерській/податковій базі інвестицій та боргу	-2,642	-0,738
2.2. Нетрудовий дохід	0	-0,030
2.3. Задача активів в оренду	-2,817	-1,510
2.4. Відстрочені податкові зобов'язання	-2,581	-2,607
2.5. Інше	-0,344	-0,291
3. Чисті відстрочені податкові активи	6,201	7,303
3.1. Інші довгострокові активи	6,405	7,536
3.2. Довгострокові відстрочені зобов'язання з податку на прибуток	-0,204	-0,233

Джерело: розраховано автором на основі [65].

Залишки відстроченого податку на прибуток відображають наслідки тимчасових різниць між балансовою вартістю активів та зобов'язань та їх податковою базою та відображаються за чинними податковими ставками, що будуть діяти, як очікується, при сплаті або стягненні податків.

Станом на 30 червня 2020 року компанія «Microsoft Corporation» мала перенесені чисті операційні збитки на федеральному рівні, рівнях штату та іноземних країн у розмірі 547 млн дол. США, 975 млн дол. США та 2,0 млн дол. США відповідно. Перенесення чистих операційних збитків на федеральному рівні та штату втратять силу в різні роки з 2021 по 2040 фінансовий рік, якщо вони не будуть використані.

Оціночний резерв відноситься до перенесених на майбутній період чистих

операційних збитків та інших чистих відстрочених податкових активів, які можуть не бути реалізованими. У 2020 фінансовому році компанія усунула 2,0 млрд дол. США чистих іноземних операційних збитків та відповідних надбавок на оцінку в результаті ліквідації іноземного дочірнього підприємства, що загалом не вплинуло на консолідовану фінансову звітність.

Розглянемо сукупні зміни валових невизнаних податкових пільг, пов'язаних з невизначеними податковими позиціями (табл. 2.5).

**Таблиця 2.5 – Динаміка невизнаних податкових пільг
компанії «Microsoft Corporation» за 2018-2020 рр., млн дол. США**

	Фінансовий рік		
	2020	2019	2018
Початок невизнаних податкових пільг	13,146	11,961	11,737
Зменшення, пов'язані з населеними пунктами	-0,031	-0,316	-0,193
Підвищення податкових позицій, пов'язаних з поточним роком	0,647	2,106	1,445
Збільшення податкових позицій, пов'язаних з попередніми роками	0,366	0,508	0,151
Зменшення податкових позицій, пов'язаних з попередніми роками	-0,331	-1,113	-1,176
Зменшення через строк позовної давності	-0,005	0	-0,003
Закінчення невизнаних податкових пільг	13,792	13,146	11,961

Джерело: розраховано автором на основі [65].

Станом на 30 червня 2020 року основні невирішені питання аудиту Служби внутрішніх доходів (IRS) стосуються трансфертного ціноутворення, що може мати суттєвий вплив у консолідованій фінансовій звітності при вирішенні питань «Microsoft Corporation». Керівництво компанії вважає, що резерви на непередбачені витрати пов'язані з податком на прибуток є адекватними. Виходячи з наявної в даний час інформації, компанія не передбачає значного збільшення чи зменшення податкових непередбачених витрат щодо цих питань протягом наступного фінансового року.

Компанія «Microsoft Corporation» оподатковується податком на прибуток у багатьох юрисдикціях за межами США. Операції в певних юрисдикціях залишаються предметом перевірки податкових років з 1996 по 2019 рік, деякі з яких зараз перевіряються місцевими податковими органами. Очікується, що рішення кожного з цих аудитів не буде суттєвим для консолідованої фінансової звітності компанії.

2.2. Вплив науково-технологічних факторів економічної діяльності компанії «Microsoft Corporation» на її конкурентоспроможність

Науково-технологічне забезпечення компанії відіграє важливу роль у формуванні конкурентоспроможності компанії. Інноваційні продукти користуються більшим попитом на ринку товарів. Інновації – достатньо специфічний, масштабний, складний за своїм змістом об'єкт управління, тому потребують використання спеціальних засобів і методів управлінського впливу. Управління інноваціями полягає у розробці стратегічного плану інноваційного розвитку підприємства, контролі над його виконанням, постійному коригуванні та вдосконаленні даної стратегії. Особливості управління інноваціями обумовлені і наявністю науково-дослідних та проектних робіт. Іншою особливістю інноваційної діяльності, порівняно з традиційною є її ризикованість. На будь-якому етапі створення інновації можлива поява неочікуваних проблем, що можуть привести до недосягнення запланованих цілей або навіть до закриття інноваційного проекту.

Досвід функціонування провідних компаній розвинених країн світу свідчить, що їх успіхи пов'язані саме із розробленням цілісної системи управління інноваціями, яка перебуває в постійному і неперервному розвитку відповідно до змін як самої організації, так і зовнішньому середовищі. Інтенсифікація інноваційної діяльності та підвищення її ефективності стали пріоритетним орієнтиром і спільним завданням для підприємницького сектору і урядів більшості країн світу [53].

Значною мірою науково-технологічні чинники конкурентоспроможності підприємства визначають його здатністю в умовах, що склалися, проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками які є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів. З іншого боку, науково-технологічні чинники конкурентоспроможності відіграють важливу роль у тривалості часу, протягом якого підприємство може залишатися прибутковим в умовах ринкової економіки.

Ефективне здійснення інновацій дозволяє створити визначальні стратегічні

переваги в найбільш конкурентних галузях. Підприємства – лідери досягають конкурентних переваг завдяки інноваціям – шляхом використання як нових технологій, так і методів роботи, але після досягнення переваг утримання їх стає можливим тільки шляхом постійних вдосконалень, тобто безперервних інновацій. Таким чином, на сучасному етапі світового економічного розвитку головною ознакою конкурентоспроможності стає її інноваційність, тобто здатність системи до безперервного розвитку, оновлення та змін діяльності на основі засвоєння нововведень. Інноваційність також означає використання наявного науково-технічного, інформаційного та інтелектуального потенціалу з метою подальшого розвитку, підвищення результатів діяльності та якості життя [36].

Саме інновації визначають конкурентні переваги в ринковій боротьбі, реалізація яких дозволяє активно брати участь у формуванні світової економічної системи завдяки досягненню інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні. При цьому нездатність до здійснення інновацій породжує значний ризик опинитися на позиціях аутсайдера, адже, у кінцевому наслідку, це призводить до обмеження можливостей розвитку та використання наявного потенціалу.

У світі, де технології, інститути та цінності зазнають корінних змін, інновації – це переосмислення того, що потрібно робити, і створення заново самих продуктів та послуг. В результаті успішні стратегії інноваційного розвитку стають ключем до конкурентної переваги підприємства.

Усю систему факторів конкурентоспроможності інноваційної організації можна розділити на дві основні групи. Перша група складається з чинників конкурентної переваги організації. У цю групу входять:

- внутрішні чинники
- різні аспекти ринкової діяльності підприємницької організації
- параметри, що відбивають рівень використання факторів виробництва.

Друга група чинників (зовнішніх) включає параметри соціально-економічного середовища, які перебувають поза середовища безпосереднього впливу організації. До зовнішніх чинників можна віднести такі чинники, які мають безпосередній вплив

на рівень конкурентоспроможності організації [36].

З урахуванням вищенаведеного, система основних факторів конкурентоспроможності підприємницької організації представлена трирівневою структурою, перший рівень якої представляють елементи конкурентоспроможності організації, а другий і третій рівні – власне зовнішні та внутрішні чинники.

Наведена класифікація факторів конкурентоспроможності інноваційної організації забезпечує адекватність аналізу та виявлення причин неконкурентоспроможності інноваційної організації, забезпечує адекватність аналізу та виявлення причин неконкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Серед внутрішніх чинників конкурентоспроможності організації важлива роль належить науково-технологічному чиннику, що включає у собі технічний рівень продукції і, власне, технологію виробництва.

Науково-технічні чинники – відображують стан та динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки та технології, продуктивність та надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів тощо.

Конкурентоспроможність технології – базова категорія стосовно конкурентоспроможності підприємницької організації. Вона великою мірою залежить від конкурентних можливостей, взаємодіючих коштів виробництва та робочої сили, що залежить також від зовнішніх чинників (технологічного процесу у масштабах країни : розвиненість ринку інновацій та розвиток науки) [59].

Основною формою конкуренції в інноваційній сфері є науково-технічні переваги нової продукції, що визначаються перевагою наукових досягнень інженерно-технічних працівників (інтелектуальної власності). Наука має цінність як вираз інтелектуальної праці. Конкурентоспроможність продукції можна оцінити рівнем новітніх винаходів і результатом наукового пошуку.

Посилення міжнародної конкуренції і загострення глобальних суперечностей економічного розвитку зумовлюють необхідність досягнення стабільного зростання конкурентоспроможності держав на основі сталого нарощування інноваційних конкурентних переваг, оновлення їх у разі втрати, досягнення збалансованих темпів розвитку.

Країни – інноваційні лідери масштабно та ефективно здійснюють інноваційну діяльність, роблять найбільший внесок у світовий інноваційний процес. Встановлено, що країни, які мають науково-технологічні інновації та глобально-орієнтовані стратегії конкурентоспроможності, мають стійку конкурентоспроможність і довгострокове зростання.

Індикаторами визначення лідируючих позицій є в галузі інновацій є кількість зареєстрованих патентів (на країни Західної Європи, США та Японію припадає 85% загальносвітової кількості патентних заявок); частка, яку займає країна у світовому ринку інновацій (США – 36, Японія – 20, Німеччина – 16, Росія – 1 і Україна – 0,2%); обсяги високотехнологічної продукції (розвинені країни світу забезпечують 85-90% приросту ВВП за рахунок цієї продукції); обсяг експорту інноваційної і високотехнологічної продукції; ефективність фінансових вкладень у сферу НДДКР; кількість інноваційно активних компаній і підприємств – (США, Японія, Великобританія – 70-82%, Україна – 10,0%); кількість та ефективність інноваційно-виробничих структур (кількість технопарків у США – понад 160, в Україні – 5); питома вага чисельності дослідників у загальносвітовому показнику (США – 18,9%, Японія – 11,9%, країни Близького Сходу – 1,6%); частка витрат на НДДКР у ВВП і ВВП на душу населення (у США – близько 800 дол. США, в Японії – близько 700 дол. США, в Росії – близько 60 дол. США й Україні – 8 дол. США); частка національних витрат на НДДКР у загальносвітовому показнику (США – 36,2%, Японія – 15,1%, країни Африки – 2,5%). Ці параметри визначають високий рівень і сталий характер національної конкурентоспроможності розвинених країн світу (США, Японія, Німеччина, Франція, Великобританія, Фінляндія та ін.) [26].

Детермінанти сталої конкурентоспроможності країн – інноваційних лідерів в умовах глобалізації полягають в інтенсифікації як ендогенних, так і екзогенних факторів НТП, забезпеченні високої продуктивності національних інноваційних систем (НІС), перманентному вдосконаленні конкурентних переваг.

Проведення ТНК науково-дослідних робіт набуває все більш інтернаціонального характеру. ТНК виконують різні види науково-конструкторських робіт: адаптивні, інноваційні, технологічного моніторингу. Це

сприяє підвищенню конкурентоспроможності інноваційних товарів на зовнішньому та внутрішньому ринках.

Отже, саме інновації здатні пояснити безпрецедентне зростання ринкової економіки розвинених країн, досягнення світових рівнів конкурентоспроможності та зайняття ними провідних позицій на міжнародних ринках товарів та послуг через вдалу конкурентну боротьбу та перемогу над суперниками.

Саме інновації, які спрямовані на створення нової або поліпшення існуючої продукції, послуг або технологій, можуть розглядатися як головне питання підвищення конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і економіки в цілому.

Корпорація «Microsoft Corporation» є одним з найбільших світових постачальників інформаційних технологій. Компанія домінує на ринку програмного забезпечення для ПК, займаючи понад 80% ринку операційних систем. Застосунок Office 365 компанії є одними з найпопулярніших в світі. В даний час це одна з двох публічних компаній, що надають послуги хмарного сервісу, яка може постачати широкий спектр рішень в сфері інфраструктури як послуги (IaaS) та платформи як послуги (PaaS) у великих масштабах [40].

Для детального дослідження «Microsoft Corporation» варто провести SWOT-аналіз, тобто визначити різні внутрішні сильні/слабкі сторони та зовнішні можливості/загрози корпорації (табл. 2.6).

Сильними сторонами компанії «Microsoft Corporation» є:

1. Репутація бренду. Незалежно від того, говоримо ми про річний дохід, частку ринку, ринковий капітал чи чистий прибуток, «Microsoft Corporation» має статус провідного світового торгового бренду. Компанія здобула цей статус завдяки послідовності та зростанню протягом багатьох років.

2. Світова компанія, що розробляє програмне забезпечення. Незважаючи на діяльність інших корпорацій в сферах хмарних обчислень або розробки програмного забезпечення, «Microsoft Corporation» є провідною та найбільшою у світі компанією з розробки операційної системи Windows і іншого програмного забезпечення. Бренд відіграв значну роль у зміні сучасного світу, який був би зовсім іншим без

«Microsoft Corporation».

Таблиця 2.6 – SWOT-аналіз компанії «Microsoft Corporation»

станом на кінець 2020 року

	Можливості (О): 1. Поширення хмарних послуг. 2. Штучний інтелект (ШІ). 3. Придбання та партнерство. 4. Ринок смартфонів. 5. Вартість лідерства. 6. Мобільна реклама.	Загрози (Т): 1. Дисбаланс робочої сили. 2. ЛГБТ-скандали. 3. Примусова конкуренція. 4. Зміна тенденцій. 5. Проекти з відкритими джерелами. 6. Піратство та кіберзлочинність. 7. Ринок технологій.
Сильні сторони (S): 1. Репутація бренду. 2. Світова компанія, що розробляє програмне забезпечення. 3. Домінування на ринку акцій. 4. Глобальне поширення. 5. Послідовий ріст. 6. Розширення портфолію. 7. Відданість клієнтам. 8. Ринковий капітал. 9. Розширені стратегії маркетингу. 10. Зручні застосунки. 11. Сильна система розподілу. 12. Придбання Skype & LinkedIn.	18	19
Слабкі сторони (W): 1. Поширення на ринку персональних комп'ютерів. 2. Кіберзлочини та критика. 3. Скорочення інноваційності. 4. Internet Explorer. 5. Невдалі придбання.	11	12

Джерело: складено автором на основі [58; 65; 68; 69; 73; 74].

3. Домінування на ринку акцій. Корпорація «Microsoft Corporation» домінує у галузі програмних додатків та операційної системи Windows із часткою ринку 17% станом на кінець 2020 року. Вона щорічно зростає на світовому ринку на 34%. У 2018 році бренд посів 4-е місце, маючи ринкову вартість 750,6 млрд дол. США.

4. Глобальне поширення. «Microsoft Corporation» надає свої продукти та послуги в близько 200 країнах світу. Останню версію Windows 10 встановлено на персональних комп'ютерах приблизно 1 мільярду людей станом на кінець 2020 року.

5. Послідовий ріст. Якщо ми вивчимо графік доходів «Microsoft Corporation» протягом останніх двох десятиліть, то ми бачимо послідовність у зростанні. Навіть з часу заснування компанії прибутковість поступово зростала. У 2019 році «Microsoft Corporation» досягла показника в 1 трлн дол. США і стала третьою американською компанією з даним показником після «Apple Inc.» і «Amazon.com».

6. Розширення портфолію. «Microsoft Corporation» не обмежилася лише операційними системами Windows та розробкою програмного забезпечення. Протягом багатьох років компанія продовжувала розширювати свій асортимент товарів і послуг відповідно до потреб та вимог клієнтів. Windows 10, Microsoft 365 та MS Office 365 – це найновіші продукти компанії. За останні кілька років вони побудували багатомільярдний бізнес.

7. Відданість клієнтам. Загальна кількість щоденних активних користувачів продукції «Microsoft Corporation» зросла під час пандемії COVID-19. Згідно з дослідженням, проведеним [statista.com](https://www.statista.com), загальна кількість активних користувачів компанії досягла приблизно 75 мільйонів людей на день на середину 2020 року. Згідно з дослідженнями, проведеними [thexyz.com](https://www.thexyz.com) та [office365itpros.com](https://www.office365itpros.com), MS Office 365 має приблизно понад 200 мільйонів активних користувачів. Коли мільярди людей користуються послугами компанії, це свідчить про лояльність користувачів компанії.

8. Ринковий капітал. Згідно зі статистичними дослідженнями, проведеними [statista.com](https://www.statista.com), ринкова капіталізація компанії до кінця 2020 року становить приблизно 1,34 трлн дол. США. Саме тому «Microsoft Corporation» є однією з провідних

світових компаній у галузі програмного забезпечення. У 2020 році корпорація потрапила до категорії п'яти найкращих у світі технологічних компаній. Відповідно до звіту, опублікованого PriceWaterhouseCoopers у 2018 році, «Microsoft Corporation» увійшла до топ-10 найбільших технологічних компаній.

9. Розширені стратегії маркетингу. Корпорація «Microsoft Corporation» завжди використовувала найсучасніші та найдосконаліші рекламні кампанії, які впливають на людей по всьому світу. Вони мотивують їх і надають погляд на нові майбутні продукти.

10. Зручні застосунки. Більшість продуктів і послуг «Microsoft Corporation» орієнтовані на високі технології. Але вони зручні для користування, навіть звичайний нетехнічний спеціаліст може їх ефективно використовувати. Саме завдяки цим причинам бренд завоював довіру мільярдів людей у всьому світі.

11. Сильна система розподілу. «Microsoft Corporation» встановила зв'язки майже з усіма компаніями, що виробляють технічне обладнання, такими як «Samsung Group», «Dell», «Lenovo Group Limited», «Toshiba Corporation» тощо. Мета полягає в тому, щоб встановити вбудовану операційну систему перед її виведенням на ринок.

12. Придбання Skype & LinkedIn. «Microsoft Corporation» здійснила дуже успішне придбання Skype у 2011 році та LinkedIn у 2016 році за 8,5 та 26,2 млрд дол. США відповідно. Обидві ці платформи мають мільйони користувачів по всьому світу, що робить ринкові позиції бренду більш успішними.

Далі доцільно розглянути слабкі сторони діяльності компанії «Microsoft Corporation»:

1. Поширення на ринку персональних комп'ютерів. При відвантаженні та розповсюдженні ПК з програмним забезпеченням «Microsoft Corporation» компанія стикається з багатьма проблемами: зростаючими цінами на відвантаження, тарифами постачальників, пошкодженням товарів через недосконалість логістики та коливаннями курсів різних валют. Компанія знаходиться в дуже вразливому становищі в цій галузі.

2. Кіберзлочини та критика. Хакерам вдалося дуже легко переходити між

брандмауером та системою безпеки Windows, тому технічні критики стверджують, що операційна система Windows дуже слабка з точки зору безпеки.

3. Скорочення інноваційності. Не викликає сумнівів, що «Microsoft Corporation» впродовж багатьох років представляла багато інноваційних та революційних продуктів. Але компанії бракує нововведень у виробництві обладнання. Тоді як інші конкурентоспроможні компанії, такі як «Google LLC», «Amazon.com» та «Apple Inc.», оновлюють та представляють нові продукти на ринку.

4. Internet Explorer. Браузери конкурентів, такі як Google Chrome, Firefox та Safari, набувають великої популярності серед користувачів. Ось чому «Microsoft Corporation» вирішила попрощатися зі своїм продуктом Internet Explorer до кінця 2020 року (11 версія даного браузера є останньою).

5. Невдалі придбання. Деякі з придбання «Microsoft Corporation» на мільйони доларів США виявилися великим провалом, і коштували компанії значних фінансових інвестицій (Danger, WebTv, Massiv, LinkExchange).

На наступному етапі SWOT-аналізу доцільно розглянути можливості відкриті перед компанією «Microsoft Corporation»:

1. Поширення хмарних послуг. Якщо поглянути на тенденції збільшення діджиталізації бізнесу, то хмарні сервіси значно зросли за останні кілька років і будуть продовжувати зростати в найближчі роки. Тому «Microsoft Corporation» повинна звернути свою увагу на хмарні сервіси.

2. Штучний інтелект (ШІ). Штучний інтелект привернув увагу провідних технологічних компаній, і вони досягають у цьому значного прогресу. «Microsoft Corporation» має чудову можливість інвестувати в інновації в цій галузі. Якщо компанія досягне успіхів в даній сфері, то це буде величезною конкурентною перевагою для корпорації.

3. Придбання та партнерство. Придбання та партнерські відносини – чудовий варіант для компанії, адже «Microsoft Corporation» має позицію лідера на ринку програмного забезпечення та індустрії розробки операційних систем. Є багато нових стартапів та компаній, що розвиваються і мають великий потенціал зростання. Якщо

«Microsoft Corporation» придбає чи налагодить з ними партнерські стосунки, це допоможе бренду збільшити ринковий капітал та зробити майбутнє більш безпечним.

4. Ринок смартфонів. Розвиток смартфонної індустрії є однією із найшвидших галузей нашого часу. Інвестиції в цю сферу дуже швидко окупляються за дуже короткий час.

5. Вартість лідерства. Причина, по якій хакери використовують нелегальні операційні системи Windows, полягає в тому, що вони не можуть собі дозволити придбання ліцензійної Windows. Якщо «Microsoft Corporation» запропонує свої продукти та послуги за нижчими цінами, в перспективі це збільшить дохід компанії та допоможе залучити багато нових клієнтів.

6. Мобільна реклама. Збільшення продажу та використання смартфонів означає, що більше людей здійснюють вихід в мережу Інтернет на своїх смартфонах. Мобільна реклама – це зростаючий бізнес, тому «Microsoft Corporation» також повинна розглянути можливість входу в цей сегмент ринку, шляхом розробки сучасної і оптимізованої мобільної операційної системи.

Останній кроком SWOT-аналізу «Microsoft Corporation» є визначення загроз, що стоять перед успішною та ефективною діяльністю компанії:

1. Дисбаланс робочої сили. Згідно зі статистичними даними про різноманітність робочої сили у 2018 році, «Microsoft Corporation» має гендерну диспропорцію робочої сили, а не різноманітність. За останні роки компанія не збільшив кількість персоналу жіночої статі та представників секс-меншин. Це привернуло увагу критиків і вони ставлять під сумнів HR-політику компанії, що призводить до погіршення іміджу бренду.

2. ЛГБТ-скандали. Корпорація «Microsoft Corporation» додала у деякі свої ігри в Xbox Live функції, за допомогою яких користувачі не можуть створювати гей-профіль та використовувати гей-теги. Розробники гри заявили, що це образливо для багатьох інших користувачів, але в суспільстві це викликало багато критики щодо бренду.

3. Примусова конкуренція. Конкуренти «Microsoft Corporation», такі як

«Google LLC» та «Apple Inc.», дуже сильні і мають велику частку ринку. Якщо компанія не буде йти в ногу з технологічними інноваціями, інші бренди займуть її місце.

4. Зміна тенденцій. Смартфони, ноутбуки та планшети за останні роки привернули значну частку ринку. Люди втрачають інтерес до ПК та ОС Windows, що представляє велику загрозу для компанії.

5. Проекти з відкритими джерелами. Є багато проектів з відкритим кодом, таких як Open Source Office та ОС Linux, які проникли на ринок. Вони пропонують ті самі послуги безкоштовно, за що стягує плату «Microsoft Corporation». Це велика загроза для продуктів і послуг компанії.

6. Піратство та кіберзлочинність. Кібератаки на систему безпеки Windows Microsoft породили багато питань щодо системи безпеки та брандмауера операційної системи. Якщо «Microsoft Corporation» нічого не зробить найближчим часом, це може завдати шкоди репутації компанії в довгостроковій перспективі.

7. Ринок технологій. Ринок технологій постійно змінюється і зазнає змін своєї парадигми. Швидка мінлива ситуація ускладнює завдання великим компаніям, таким як «Microsoft Corporation». Брендам доведеться більше орієнтуватися на інновації та маркетинг, щоб отримувати значну клієнтську базу та утримати їх.

Щоб залишатися провідним постачальником програмного забезпечення, «Microsoft Corporation» повинна працювати над своїми слабкими сторонами та використовувати можливості. У зв'язку з можемо навести кілька рекомендацій:

- оновлення програмного забезпечення і здійснення інновацій, так компанія має здійснити радикальні кроки, щоб успішно охопити майбутні інновації;
- продовження роботи над підвищенням репутації бренду з допомогою ефективних маркетингових інструментів;
- оновлення ринку інтернет-браузерів і виступ з ініціативами щодо збільшення частки на ринку в цьому сегменті;
- створення більших конкурентних переваг, щоб конкурувати з технологічними конкурентами, такими як «Google LLC» та «Apple Inc.»;
- збільшення партнерства, стратегічних альянсів і придбань для зміцнення

свого становища на ринку;

- вирішення проблем кібербезпеки та глобальних кібер-крадіжок, розвиваючи свої мережеві системи безпеки;
- зниження ціни, щоб зменшити незаконне використання своїх програмних систем;
- диверсифікація бізнесу для збільшення потенційного росту та частки ринку [69].

Після поглибленого аналізу «Microsoft Corporation», ми дійшли висновку, що компанія має дуже сильні ринкові позиції з точки зору частки ринку та чистого прибутку. Бренд повинен зробити радикальні кроки, щоб уникнути кібератак. Інновації – це життєва сила в технологічній галузі, і корпорація повинна розглянути можливість створення стратегічних альянсів та партнерських відносин з іншими технологічними компаніями.

Висновки до розділу 2

Компанія «Microsoft Corporation» розробляє та випускає широкий спектр програмних продуктів. В їх число входять настільні та мережеві операційні системи, серверні застосунки для клієнт-серверних середовищ, настільні бізнес-застосунки і офісні застосунки для користувачів, інтерактивні програми та ігри, засоби для роботи в мережі інтернет і інструменти для розробки. Крім того, «Microsoft Corporation» пропонує інтерактивні (online) послуги, видає книги на комп'ютерну тематику, виробляє периферійне устаткування для комп'ютерів, займається дослідницькою діяльністю і розробкою нових комп'ютерних технологій. Продукти компанії продаються більш ніж в 200 країнах світу, перекладені більш ніж на 45 мов (в тому числі – на українську) і сумісні з більшістю платформ персональних комп'ютерів.

Виручка компанії «Microsoft Corporation» за підсумками 2020 фінансового

року досягла 143,02 млрд дол. США, що на 14% більше в порівнянні з показником річної давності. У 2020 році виручка сегменту Intelligent Cloud склала 48,37 млрд дол. США проти 38,99 млрд дол. США роком раніше. Компанія не розкрила виручку Azure і лише зазначила, що в сегменті корпоративних хмарних сервісів річні доходи перевищили 50 млрд дол. США. Річна виручка в підрозділі Productivity and Business Processes за підсумками 2020 фінансового року досягла 46,4 млрд дол. США, збільшившись з 41,16 млрд дол. США у 2019 році. У напрямку More Personal Computing також зареєстровано зростання обороту – з 45,7 млрд дол. США до 48,25 млрд дол. США.

Продажі американської корпорації збільшилися багато в чому завдяки хмарному бізнесу, за який переважно відповідає підрозділ «Microsoft Corporation» Intelligent Cloud. До нього також відносяться різні корпоративні сервіси, сервіс спільної розробки IT-проектів GitHub, операційні системи Windows Server і SQL Server.

Чистий прибуток «Microsoft Corporation» зріс на 13% – з 39,24 млрд дол. США в 2019 фінансовому році до 44,28 млрд дол. США рік тому. Це відбулося багато в чому завдяки отриманню одноразової податкової пільги в розмірі 2,6 млрд дол. США. При цьому компанія зазнала і витрат, пов'язаних з оподаткуванням (157 млн дол. США). Крім того, «Microsoft Corporation» витратила 450 млн дол. США у зв'язку з закриттям своїх роздрібних магазинів.

Як показали фінансові результати, пандемія COVID-19 не тільки не вдарила по бізнесу «Microsoft Corporation», але і сприяла зростанню компанії. Така ситуація стала можливою тому, що спалах коронавірусу призвів до сплеску попиту на хмарні інструменти для віддаленої роботи та дистанційного навчання.

В результаті проведеного поглибленого аналізу «Microsoft Corporation», ми дійшли висновку, що компанія має дуже сильні ринкові позиції з точки зору частки ринку та чистого прибутку. Бренд повинен зробити радикальні кроки, щоб уникнути кібератак. Інновації – це життєва сила в технологічній галузі, і корпорація повинна розглянути можливість створення стратегічних альянсів та партнерських відносин з іншими технологічними компаніями.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «MICROSOFT CORPORATION»

3.1. Активізація інноваційної складової «Microsoft Corporation» з врахуванням науково-технологічних факторів економічної діяльності компанії

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасному ринковому просторі в довгостроковій перспективі ґрунтується на інноваціях, тому для планування та впровадження інновацій розробляється інноваційна стратегія. При цьому в сучасних умовах важливого значення набуває інтеграція інноваційної стратегії у різні функціональні напрями діяльності підприємства. Виходячи з цього зростає кількість різновидів інновацій, впровадження яких дає змогу суттєво підвищувати прибутковість та можливості розвитку підприємства.

І. Ансофф вважав що інноваційна стратегія – це один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому [3]. Тобто це прийом, спосіб та навіть, можна сказати, знаряддя, яке абсолютно відрізняється від інших своєю оригінальністю, що застосовується для досягнення поставленої мети.

Під інноваційною стратегією розуміємо комплексну новітню програму дій, спрямовану на забезпечення інноваційного розвитку підприємства та суттєве підвищення його прибутковості, що дає змогу утримувати конкурентні переваги у довгостроковому періоді. Інноваційна стратегія орієнтована на досягнення майбутніх результатів безпосередньо через здійснення інноваційного процесу з використанням відповідних ресурсів. Сучасні науковці виокремлюють шість типів інноваційних стратегій:

1. Традиційна – спрямована на підвищення якості продукції. Застосовується за умови наявності унікального продукту. До переваг застосування

даної стратегії відноситься те, що вона передбачає вдосконалення форм обслуговування традиційного продукту. Недоліком можна вважати те, що вона не має випереджального характеру, звідси – у довгостроковій перспективі сприяє відставанню підприємства у техніко-технологічному та економічному аспектах.

2. Опортуністська, або стратегія «ніші», спрямована на розробку продукту на існуючих ринках для споживачів із нетиповими, але значущими потребами. Для її застосування необхідне глибоке знання ринкової ситуації, високого рівня техніко-технологічного розвитку і великих адаптаційних можливостей підприємства. Знаходження та використання «ніш» не потребує значних витрат на дослідження і розробки, при цьому виробник певний період є монополістом на ринку. Це, безумовно, відноситься до переваг. До недоліків відноситься високий ступінь ризику швидкої втрати монопольного становища.

3. Імітаційна – спрямована на закупівлю ліцензій на певні нововведення. Передбачається наявність власних ресурсів та високої кваліфікації фахівців для освоєння нової технології. Не потребує витрат на власні розробки і нові винаходи; сприяє підвищенню наукомісткості та технологічності виробництва. Але позитивні результати можливі лише за глибокого знання ринкової кон'юнктури, що потребує додаткових витрат на маркетинг.

4. Захисна (оборонна) – спрямована на оптимізацію співвідношення «витрати – випуск» у виробничому процесі і може застосовуватися за наявності на ринку перспективної інновації, яку можна розвивати. Використання цієї стратегії дає змогу уникнути надмірного ризику. Юридичний захист поліпшеної інновації дає змогу використовувати її в інших сферах, за іншим призначенням та виводити її на нові ринки. При цьому здійснюються великі витрати на підвищення технічного рівня виробництва, що не призводить до лідерства підприємства в галузі.

5. Залежна – ця стратегія спрямована на виконання замовлень від великих підприємств малими підприємствами-субпідрядниками і передбачає наявність замовлень від головної фірми. До переваг застосування відносяться високі критерії якості роботи і гнучкість пристосування до вимог, нових технологій та ринків збуту. Недоліком є те, що успіх залежить від успіху у споживачів основного продукту

головної фірми.

6. Наступальна – спрямована на досягнення підприємством технічного та ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових продуктів. Для цього необхідна наявність потужної науково-дослідної та проектно-конструкторської бази; фахівців творчого складу високої кваліфікації; сприйнятливості керівництва до нових ідей; глибоке знання ринку; належна організація маркетингу. Орієнтація підприємства на завоювання лідерства на ринку та досягнення довгострокових цілей – це основна перевага даної стратегії. Але при цьому потрібні значні кошти та проведення великої організаторської роботи, що можна віднести до недоліку за відсутності таких ресурсів.

Для забезпечення конкурентної позиції на світовому ринку компанія «Microsoft Corporation» дотримується активної наступальної інноваційної стратегії. Технологічне і ринкове лідерство «Microsoft Corporation» ґрунтується на розробці інноваційної продукції. Завдяки інноваціям, значному технічному і фінансовому потенціалу компанія не підлаштовується під світові тенденції ІТ-галузі, а створює їх сама. Причому компанія «Microsoft Corporation» настільки потужна, що може розробляти нові категорії продуктів, навіть у тих сегментах ринку, де конкуренти зазнали невдач.

До 2020 року діджитал-перетворення були максимально зведені до тренд-орієнтирів й експериментів, а ризики обговорювалися в контексті застосування технологій. Сьогодні контроль ризиків у кожній індустрії – стратегічний базис у гонці на виживання. В рамках цифровізації, найближчі кілька років бізнес будуть поширюватися: скорочення витрат, цифрове масштабування, онлайн-зростання, е-комерція та організаційні зміни. Кожен із кейсів потребуватиме оперативного освоєння необхідних для цього цифрових рішень.

1. Автоматизація для оптимізації. Обмеження бюджету та скорочення ресурсів – безболісний процес, якщо пройти його за допомогою RPA (роботизованої автоматизації процесів) або ML (машинного навчання). Навіть без масштабування це позбавить офлайн-рутини й підтримає бізнес-процеси 24/7 у робочому стані незалежно від рівня нездоров'я зовнішнього економічного середовища. За даними

McKinsey, зростання застосування RPA за II півріччя 2020 року збільшилося на третину в порівнянні з аналогічним періодом 2019 року. В середньому, використовуючи навіть пересічні рішення, компанії можуть автоматизувати до 70% своїх процесів.

2. Візуалізація для прозорості. Найбільш «активна» прозахідна технологія сьогодні – «цифрові близнюки»: дозволяє за допомогою вбудованих у фізичні об'єкти підприємства не лише збирати дані за принципом IoT (інтернет речей), а й створювати цифрові моделі кожного з підключених об'єктів для отримання прозорого уявлення щодо кожного поточного операційного процесу. Так простіше візуалізувати ризики, планувати витрати та управляти ресурсами. За даними Gartner, до кінця 2021 «цифрових двійників» використовуватимуть до 50% великих промислових компаній, за рахунок чого підвищать свою ефективність на 10%.

3. Кібербезпека для стабільності. Навіть якщо цифрова трансформація компанії зводиться до банального переходу на онлайн-сервіси, зі змінами бізнес-моделі та IT-інфраструктури завжди приходить ризик потенційної уразливості. Необхідно мати ефективні методи управління та плани аварійного відновлення, щоб продовжувати роботу навіть тоді, коли деякі частини інфраструктури виявляються скомпрометовані.

4. Штучний інтелект для стійкості. Стійкість – ключовий аспект для компанії, де довіра – еквівалент стабільності і прогресу. Обидва чинники легко піддаються AI (штучний інтелект) або Process Mining (процесна аналітика), коли людський фактор гальмує або обходиться дорого. Крім звичної прогнозової аналітики та управління даними, вигоди включають скорочення витрат, оптимізацію активів, конкурентну диференціацію, управління часом, фінансами та клієнтським попитом. Згідно з дослідженням Accenture, 88% компаній, що використовують AI останні два роки в різних цілях, підвищили свої основні показники ефективності більш ніж на 200%.

5. Платформи інтеграції для масштабування. Інтеграція на основі API (програмного інтерфейсу застосунку) сьогодні не вибір, а питання виживання, притому запустити подібний проект навіть в умовах кризи нескладно. Дослідження 2020 року від Forrester щодо впровадження інтеграційних API-платформ у

компаніях різних галузей (охорона здоров'я, страхування, CPG, фінанси, промисловість) показує, що середня рентабельність інвестицій становить 445% за 3 роки. Технологія дозволяє об'єднати та налагодити роботу різних IT-сервісів і таким чином збалансувати економічну ефективність, універсальність операцій і безпеку [44].

На щорічній конференції Ignite 2020 компанія «Microsoft Corporation» представила ряд технологій і сервісів у сфері бізнесу та інновацій. Тут відбувся анонс Azure Communications Services – нової платформи, що дозволяє розробникам і організаціям інтегрувати комунікаційні функції в свої рішення для будь-яких пристроїв. Наприклад, з його допомогою можна буде додати голосові та відеодзвінки, чат і SMS в мобільні і десктоп-застосунки, а також веб-сайти, використовуючи всього лише два рядки коду. Платформа дозволить забезпечити більш позитивний досвід користувачів, при цьому надаючи безпеку і ефективність корпоративного рівня.

Наступним продуктом, що був анонсованим на цій конференції є Azure Orbital – новий сервіс, що дозволяє використовувати можливості космічних супутників. Завдяки доступу до глобальних оптоволоконних мереж з низькою затримкою і хмарних сервісів компанії «Microsoft Corporation» замовники зможуть швидше створювати інновації, використовуючи масиви супутникових даних. Сервіс доступний в режимі закритого тестування.

На Ignite 2020 були представлені оновлення сервісів штучного інтелекту в Azure. Новий когнітивний сервіс Metrics Advisor Preview – це рішення, що спрощує проактивний моніторинг показників ефективності драйверів зростання організації та діагностику поломок. Просторовий аналіз (Spatial analysis) – це нова функція сервісу комп'ютерного зору (Computer Vision), розроблена на основі рекомендацій з відповідального впровадження штучного інтелекту. Вона допоможе організаціям забезпечити безпеку при поверненні до офісного режиму роботи, організовуючи простір усередині приміщень таким чином, щоб забезпечити соціальну дистанцію і дотриматися інших запобіжних заходів, рекомендованих організаціями в галузі охорони здоров'я.

Також були презентовані оновлення Microsoft Teams. Нові налаштовувані фони режиму Together mode, що включають аудиторії, переговорні кімнати і кав'ярню, будуть доступні з 2021 року. Оновлення режиму Dynamic view включають доступність кастомізації відображення контенту, наприклад, дозволяючи виступати на тлі власної презентації.

Аналітичний сервіс Workplace Analytics, завдяки якому керівники можуть зрозуміти, наприклад, наскільки співробітники близькі до вигорання або наскільки добре вони здатні підтримувати зв'язок з колегами та замовниками. Запланований вихід в широкий доступ SharePoint Syntex – першого продукту, створеного на базі Project Cortex. Це система штучного інтелекту для пошуку потрібної інформації і роботи з нею всередині організації.

Компанією «Microsoft Corporation» заплановано розширення ініціативи Microsoft Premonition – системи для виявлення потенційно патогенних мікроорганізмів до того, як вони викличуть спалах хвороб. Система є результатом п'яти років наукових досліджень і може стати важливим кроком на шляху ефективного прогнозування масових захворювань, а також дозволить розробити нові підходи для забезпечення готовності до них. Технологія тестувалася на різних видах комарів.

Компанія оголосила про новий етап ініціативи – найближчим часом «Microsoft Corporation» планує розширити доступ до платформи для більшої кількості партнерів в рамках програми раннього доступу. Компанія має намір співпрацювати з провідними науковими організаціями, такими як Університет Джона Хопкінса, Університет Вандербільта, Пітсбургський університет та Інститут метрик і оцінки здоров'я Вашингтонського університету, щоб отримати більш докладне уявлення про можливості застосування даної системи.

Анонсовані оновлення в системі Azure Mixed Reality. Новий сервіс Azure Object Anchors дозволить розробникам автоматично розпізнавати та відстежувати об'єкти фізичного світу. А відкриття комерційного доступу до технології 3D ToF, що лежить в основі Azure Kinect, зробить розробку комерційних 3D-камер і пов'язаних з ними рішень доступною для партнерів по всьому світу, включаючи

Analog Devices і SICK AG.

Зазнає поліпшення також система Dynamics 365. Новий голосовий канал для Dynamics 365 Customer Service на базі Azure Communication Services, доступний в режимі закритого тестування, дозволить надавати цілісний наскрізний сервіс для обслуговування клієнтів. Також анонсовані дві нові надбудови для Dynamics 365 Supply Chain Management. Надбудова Cloud and Edge Scale Unit надає організаціям можливість керувати критично важливими робочими навантаженнями при периферійних обчисленнях з використанням екосистеми пристроїв Azure і забезпечує безперервність операцій навіть у разі тимчасової втрати зв'язку з хмарою. А надбудова Inventory Visibility дозволяє великим рітейлерам і виробничим підприємствам проводити мільйони транзакцій щохвилини і точно забезпечувати крос-канальну інвентаризацію в режимі реального часу.

Додатково презентовані нові low-code можливості та оновлення безпеки. З їх допомогою розробники зможуть створювати власні застосунки, ботів і процеси швидше шляхом інтеграції з Azure APIM і GitHub. Крім цього, виходить ознайомча версія Power Automate Desktop, яка включає опцію автоматизації для приватних розробників і бізнес-користувачів. Нові функції Microsoft Azure і Microsoft 365 дозволять захистити персональні дані, застосунки та сервіси в умовах віддаленої чи гібридної роботи. Вони включають зміни в Microsoft Defender для забезпечення посиленого захисту контейнерів і пристроїв інтернету речей, сервіс Compliance Manager, що допомагає замовникам забезпечувати виконання вимог регуляторів [72].

У сфері дослідно-конструкторських робіт «Microsoft Corporation» створена потужна база, особливо важливою є наявність кваліфікованого персоналу, налагодження постійних зв'язків між усіма ланками в інноваційному процесі. «Microsoft Corporation» має розгалужену мережу регіональних науково-технологічних центрів (РНТЦ), які є засобами формування і реалізації регіональної інноваційної політики, спрямованої на забезпечення економічного розвитку регіону. Для ефективної інноваційної політики «Microsoft Corporation» необхідно сформувати систему моніторингу інноваційного потенціалу регіонів, у яких вона

працює, створити регіональну систему підтримки і розвитку інноваційної діяльності, координувати діяльність організацій, що здійснюють інноваційну діяльність, сприяти розвитку інтелектуального та кваліфікаційного потенціалу населення регіону.

Компанія «Microsoft Corporation» виплатила винагороду в розмірі 374,3 тис. дол. США дослідникам в галузі інформаційної безпеки в рамках конкурсу Azure Sphere Security Research Challenge 2020, який тривав протягом трьох місяців. В ході дослідження експертам вдалося виявити 20 важливих вразливостей в сфері безпеки Azure Sphere, які були виправлені в випусках оновлень 20.07, 20.08 і 20.09. Всього в конкурсі взяли участь 70 дослідників з 21 країни. В рамках дослідження компанія «Microsoft Corporation» запросила до участі провідних світових експертів в області кібербезпеки, а також постачальників рішень для забезпечення безпеки, для того щоб вони спробували зламати пристрої, використовуючи види атак, які найбільш часто використовують зловмисники. Учасникам конкурсу було надано комплект розробника, прямий зв'язок з командою забезпечення безпеки ОС, підтримка по електронній пошті, а також публічний доступний код ядра операційної системи.

Метою конкурсу було зосередити увагу дослідників на тому, що має найбільший вплив на безпеку клієнтів. Тому експертам було надано шість сценаріїв дослідження з додатковою винагородою до 20% понад стандартної винагороди в рамках програми Azure Bounty (до 40 тис дол. США), а також 100 тис. дол. США за два високопріоритетних сценарії.

Кілька учасників допомогли виявити потенційно небезпечні уразливості в Azure Sphere. В ході конкурсу було отримано в цілому 40 заявок, 30 з яких призвели до поліпшення продукту. Шістнадцять з них отримали право на винагороду, яке в цілому склало 374,3 тис. дол. США.

Дослідження проводилося в партнерстві з компаніями Avira, Baidu International Technology, Bitdefender, Bugcrowd, Cisco Systems Inc (Talos), ESET, FireEye, F-Secure Corporation, HackerOne, K7 Computing, McAfee, Palo Alto Networks and Zscaler [20].

Компанія «Microsoft Corporation» в 2020 році оприлюднила масштабний план

зі скорочення вуглецевого сліду, який передбачає зменшення емісії та видалення продуктів викидів з атмосфери.

Окрім того, компанія протягом наступних чотирьох років інвестує 1 млрд дол. США у розвиток технологій з усунення вуглецевого сліду в рамках нового Фонду кліматичних інновацій і має намір допомагати своїм клієнтам у скороченні викидів вуглецю і їх виведення з атмосфери.

«Microsoft Corporation» до 2030 року має намір досягти негативного рівня емісії вуглецю, а до 2050 року повністю усунути наслідки викидів за весь час із моменту заснування компанії у 1975 році. Скорочення викидів передбачає перехід на поновлювані джерела енергії для всіх ЦОДів, будівель і кампусів до 2025 року, а також повну електрифікацію внутрішнього автопарку. Для повного видалення вуглецевого сліду використовуватимуть низку методів, таких як посадка і відновлення лісів, секвестрація вуглецю (уловлювання вуглецю в ґрунті), біоенергетика зі зв'язуванням і зберіганням вуглецю (BECCS) і пряме захоплення повітря (DAC).

В 2021 році компанія «Microsoft Corporation» має намір інтегрувати екологічні принципи в процеси закупівель і логістики, що сприятиме скороченню вуглецевих викидів постачальниками [70].

У 2020 фінансовому році пандемія COVID-19 вплинула на компанію «Microsoft Corporation», її ділові операції, співробітників, клієнтів, партнерів та громадськість в цілому. Відбулися значні зміни в різних сферах діяльності компанії. Так, у сегментах Productivity and Business Processes та Intelligent Cloud спостерігалось зростання попиту на використання хмарних технологій, оскільки клієнти переходили на роботу та навчання вдома. Компанія також зазнала уповільнення ліцензування транзакцій, особливо у малому та середньому бізнесі, і на LinkedIn негативно позначилися нові умови ринку праці та скороченні рекламних витрат.

В сегменті More Personal Computing Windows OEM, Surface та Gaming виграли від підвищеного попиту на підтримку віддалених сценаріїв роботи, відтворення та навчання на дому, тоді як на пошуковик негативно вплинуло скорочення рекламних

витрат. Пандемія COVID-19 може продовжувати впливати на господарські операції та результати фінансової діяльності компанії, і існує суттєва невизначеність у характері та ступені її подальших наслідків з часом.

Ступінь впливу пандемії COVID-19 на бізнес «Microsoft Corporation» в майбутньому залежатиме від численних факторів, що розвиваються та які неможливо достовірно передбачити, включаючи тривалість та масштаби пандемії; дії уряду, бізнесу та приватних осіб у відповідь на пандемію; вплив на економічну діяльність, включаючи можливість рецесії або нестабільності фінансового ринку. Ці фактори можуть негативно впливати на споживчі, бізнесові та державні витрати на технології, а також на здатність клієнтів постійно оплачувати товари та послуги компанії. Ця невизначеність також впливає на бухгалтерські оцінки та припущення керівництва, що може призвести до більшої мінливості в різних сферах, які залежать від цих оцінок та припущень, включаючи інвестиції, дебіторську заборгованість та перспективні напрями [65].

Керівництво компанії «Microsoft Corporation» як і раніше впевнене в тому, що тільки цілеспрямовані інвестиції в НДДКР мають вирішальне значення для майбутнього зростання і конкурентних позицій на ринку, а також прямо пов'язані з розробкою інноваційних продуктів, які займають основне місце в бізнес-стратегії компанії.

Основними компоненти інноваційної моделі «Microsoft Corporation» є: пріоритетне інвестування; інтеграція розробників застосунків; плідна співпраця з контент-провайдерами; вільна торгівля; забезпечення зручного доступу для користувачів; впровадження технологій з метою пошуку нових способів застосування операційної системи і платформи; поліпшення роботи з постачальниками; освоєння нових галузей (наприклад, роздрібної торгівлі смарт-годинниками) з метою розширення сфери діяльності; пріоритет дизайну; внутрішня конкуренція для розробки оптимального варіанту проекту (робота різних команд над одним завданням); абсолютний контроль і прагнення до створення кращого користувацького досвіду.

3.2. Оптимізація впливу науково-технологічних факторів на інноваційну стратегію компанії «Microsoft Corporation»

В умовах економіки знань провідну роль відіграють процеси постійного зростання науково-технічних інновацій. Створення та діяльність підприємств, орієнтованих на виконання НДДКР з подальшим впровадженням наукомісткої продукції у виробництво і просуванням на ринок, є актуальним завданням, оскільки дозволяє окремому регіону або країні подолати обмеженість сировинних і трудових ресурсів, а, значить, забезпечити міцне економічний розвиток.

Зростаючий ринок технологій постійно підвищує вимоги до унікальності наукомістких розробок, що в свою чергу веде до безперервного технологічного ускладнення і вдосконалення продукції. В таких умовах наукомістких підприємств необхідно регулярно створювати і посилювати конкурентні переваги своєї продукції. Економічну ефективність і довгострокову конкурентоспроможність можна забезпечити при своєчасному виявленні та реалізації пріоритетних напрямів розвитку компанії. Для цього необхідно організувати процеси стратегічного управління таким чином, щоб забезпечити оперативну інтеграцію виробничих та управлінських робіт з НДДКР, а також створити умови для сталого зростання та досягнення стратегічних цілей підприємства в динаміці інноваційного процесу.

Основним стимулом розвитку наукомістких підприємств є можливість використання потенціалу інновацій, комерціалізація яких має економічні перспективи. Результати НДДКР при цьому виступають головним фактором прискорення розвитку підприємства, так як дозволяють залучити нові інвестиційні джерела і постійно вдосконалювати технологічні процеси, які в свою чергу розвиваються під впливом виробництва, що задовольняє ринкові потреби. Ці обставини тримають виробництво, техніку і науку в постійному взаємозв'язку між собою. Ефективне наукомістких підприємство повинно володіти широким науково-виробничим і кадровим потенціалом, що включає в себе: висококваліфікований персонал, здатний проводити наукові дослідження і оцінювати ефективність

інновацій; матеріально-технічне забезпечення для проведення НДДКР; інформаційно-методичне забезпечення; організаційне забезпечення, що забезпечує постійне збільшення результатів НДДКР і їх безперервну інтеграцію з виробничими процесами.

Сучасне наукомістких підприємство – це соціально економічна система, в якій створюються і розробляються нові технології, продукти або послуги на базі об'єктів інтелектуальної власності. Така компанія зазвичай має не тільки фінансовим потенціалом для впровадження інновацій на ринок, але і широкими науково-дослідними і виробничими можливостями як у внутрішній, так і в зовнішньому середовищі. Головна особливість подібної організації полягає в тому, що роль її науково-дослідницької діяльності має провідне значення і вона забезпечена необхідним набором різних ресурсів для проведення НДДКР, кінцевим результатом яких є створення нової наукомісткої продукції.

Крім лише створення інноваційної продукції, сучасні компанії повинні враховувати науково-технологічні фактори та їх безпосередній вплив на інноваційну стратегію. Саме тому, компанія «Microsoft Corporation» повинна вчасно оптимізовувати, адаптувати, вдосконалювати чи закривати свої продукти та окремі технологічні процеси.

Так, компанія почала 2021 рік з поповнення списку додатків і сервісів під Windows 10, які перестали працювати або підтримуватися, першим з них виявився сервіс Office Lens.

Запущений для ПК на початку 2014 року ще до релізу самої Windows 10, яка вийшла в липні 2015 року, сервіс Office Lens – це свого роду віртуальний «сканер», створений для поліпшення фотографій документів і дошок оголошень. Він робить їх більш розбірливими та зручними для читання, а також дає можливість обрізати фотографії і навіть трансформувати їх файли в Word, PowerPoint і PDF для подальшого редагування.

Сам по собі сервіс Office Lens продовжить своє існування, але з 31 грудня 2020 року в його версії під Windows 10 більше недоступна можливість збереження зображень в OneDrive, OneNote, Word, PowerPoint або PDF, а це основне

призначення даного проекту. Крім того 1 січня 2021 р Microsoft прибрала Office Lens зі свого магазину Microsoft Store – тепер завантажити цю програму на свій ПК або ноутбук не вийде [71].

«Microsoft Corporation» випустила рекомендації для тих, хто регулярно користується Office Lens і не хоче розлучатися з сервісом і шукати альтернативи. Вона запропонувала таким користувачам встановити Office Lens на свої мобільні пристрої – фірмове мобільне ПО побачило світ в березні 2015 року і є в даний час під Google Android і Apple iOS. Воно поширюється на безкоштовній основі і з магазину Google Play, наприклад, воно було завантажено понад 10 млн разів.

Для тих, хто не бажає відмовлятися від Office Lens на своїх настільних ПК і ноутбуках, у «Microsoft Corporation» є сервіс, здатний частково, а в деяких випадках і повністю, замінити його – це хмарне сховище OneDrive, актуальна версія якого містить базовий набір функцій, що дозволяють «сканувати» зображення документів, а також дошок оголошень, візиток і фотографій.

Долю сервісу Office Lens для Windows 10 в недалекому майбутньому розділить і фірмовий браузер «Microsoft Corporation». Настільна ОС компанії отримала новий браузер Edge, спочатку зібраний на пропрієтарному движку Edge HTML, але в кінці 2018 року компанія запланувала перевести його на Chromium і в квітні 2019 року здійснила задумане [71].

Майже через два роки з моменту появи оновленого Edge «Microsoft Corporation» готується припинити підтримку оригінального браузера. 9 березня 2021 року під нього перестали виходити будь-які оновлення, включаючи патчі безпеки, але залишитися на старому Edge і піддати свій ПК ризику злому компанія користувачам не дозволить. Після припинення підтримки застарілої версії Edge на комп'ютерах, де він все ще встановлений, буде автоматично завантажено і розгорнуто Edge на базі Chromium. Поки невідомо, що станеться з оригінальним Edge – чи залишиться він в системі, або ж його чекає автоматична деінсталяція.

Разом зі старим Edge «Microsoft Corporation» поступово знищує і ще більш древній свій браузер – Internet Explorer, найперша версія якого дебютувала в серпні 1995 року. З 17 серпня 2021 року браузер Internet Explorer 11 версії, самої останньої

на сьогодні, більше не зможе використовуватися для доступу до хмарного сервісу Microsoft 365 (Office 365).

Крім того, користувачі, що з тих чи інших причин відмовляються працювати в актуальних браузерях, не зможуть користуватися навіть веб-версією поштового сервісу Outlook. Також їм будуть недоступні багато функцій аккаунта Microsoft. Корпорація рекомендує їм встановити на свій ПК її фірмовий Edge, хоча для роботи з Microsoft 365 підійдуть майже всі сучасні браузери.

Закликати користувачів до повної відмови від IE Microsoft почала ще в лютому 2019 року. Тоді вона посилялася на його небезпечність і неактуальність, а IV кварталі 2020 року в ньому перестали відкриватися численні популярні сайти. Серед них – відеохостінг Youtube, соціальні мережі Instagram, Twitter, Вконтакте, а також ряд ресурсів для роботи з питаннями і відповідями Stack Exchange (включаючи Stack Overflow).

На додаток до перерахованого, протягом 2021 року «Microsoft Corporation» має намір припинити підтримку і розвиток модуля Online Connector для сервісу відеоконференцій «Skype для бізнесу» та додатки Visio Web Access, що дозволяє переглядати схеми Visio, що зберігаються на SharePoint в Microsoft 365. Visio Web Access припинить свою роботу 30 вересня 2021 року.

Також «Microsoft Corporation» не відмовилася від своїх планів щодо відключення підтримки старих протоколів шифрування TLS 1.0 і 1.1 в своїх браузерах. Вперше своє бажання зробити це компанія виявила в жовтні 2018 року повідомивши, що підтримка буде припинена в березні або квітні 2020 року проте 1 квітня 2020 року терміни були перенесені спершу на другу половину 2020 року, а потім і на 2021 рік. Протокол TLS 1.0 існує з 1999 року, а до версії 1.1 він доріс лише в 2006 році. На сьогодні обидва протоколи визнані застарілими [71].

Необхідно враховувати, що управління інноваційною наукомісткою компанією «Microsoft Corporation» практично завжди реалізується в умовах високої невизначеності, а перспективи повного або часткового досягнення очікуваного економічного або соціального ефекту, як правило, неочевидні. Для збільшення результатів НДДКР у виробничій діяльності потрібно організувати єдиний

інформаційний простір синтезу інноваційних розробок у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства.

Важливою особливістю компанії «Microsoft Corporation» є суттєво завищений рівень капіталізації, який характеризується співвідношенням вартості акції до прибутку в розрахунку на одну акцію. Для досягнення стратегічних цілей компанії необхідний комплексний підхід до організації стратегічного управління, який повинен спиратися на різні інструменти стратегічного аналізу в залежності від специфіки інноваційної продукції, пріоритетних напрямків розвитку, масштабів проведення НДДКР і потреб ринку.

Розмір і масштаб наукоємного сектора економіки характеризує науково-технічний потенціал держави, так як інноваційні технології на сьогоднішній день відіграють провідну роль у розвитку економіки. На даний момент витрати на НДДКР перевищують капіталовкладення в активні компоненти основного капіталу на багатьох провідних світових підприємствах. При цьому основна частка витрат на розвиток науково-технічних знань припадає на промислово розвинуті країни (95%), найбільш масштабні дослідження проводять великі компанії. У США є 10 основних компаній, витрати на НДДКР яких складають 24,5%, у вибірці 50 компаній – це 49,4%, а у 100 компаній – 58%. У невеликих промислово-розвинених державах рівень концентрації науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт ще вище, наприклад, в Швейцарії на три провідних компанії доводиться 80% всіх НДДКР. За деякими оцінками, всі передові науково-технічні розробки в світі виконуються на базі близько 700 компаній.

Розвиток науково-технічних знань великих корпорацій, таких якою є «Microsoft Corporation», не завжди приносить соціальний чи економічний ефект. Так, спроби компанії створити смартфон провалилися, але компанія все ще дотримується трьох чітких мобільних стратегій. «Смартфон» та «мобільний пристрій» – різні речі, хоча ці слова і використовуються, як синоніми. Простіше кажучи, всі смартфони – мобільні пристрої, але не всі мобільні пристрої – смартфони. Всі вже звикли до існуючого стану справ – плоский пристрій, система додатків, зв'язок через оператора, певна схема фінансування і виробництва, основа

«виробник-споживач» – людям здається, що інакше бути не може і так буде завжди.

В реальності ж, тим не менш, технології разом з їх соціальним, економічним і культурним аспектом завжди змінюються, а те, що ми робимо з пристроями – не змінюється. Наприклад, комунікації, розваги та інші прості завдання прийшли до нас з епохи телеграфу, CD-плеєрів і банків, потім з'явилися телефони, MP3-плеєри та банкомати, а тепер у нас є смартфони і застосунки. Технології змінилися, а їх призначення – ні. Технології – засіб, за допомогою якого виконуються завдання, а не сама самоціль.

Тому і існують три стратегії «Microsoft Corporation», не пов'язані зі смартфонами, які покликані допомогти компанії залишитися в мобільній сфері, і мета цих стратегій – колаборація, розваги та виконання встановлених завдань. Крос-платформні застосунки – поточний підхід, мобільні пристрої, що складаються – внесок в еру пост-смартфонів, а змішана реальність – бачення на довгострокову перспективу.

На Azure будується діяльність «Microsoft Corporation» по створенню і активному просуванню як власних застосунків, так і фонових сервісів для будь-яких платформ, як мобільних, так і мережевих чи комп'ютерних. Мета компанії – зробити з Azure комп'ютер світу. Мобільні операційні системи, на яких працюють застосунки «Microsoft Corporation», підключені до Microsoft Graph і Cortana, а також інтегровані в Windows 10 за допомогою таких інструментів, як Your Phone, Timeline і Sets; все це покликане створити «призначений для користувача інтерфейс» хмарного «комп'ютера» Microsoft. У цій сфері компанії вдалося домогтися певного успіху – додатки Office, Outlook, Microsoft Launcher і багато інших скачали мільйони разів на Android і iOS, при цьому хмарні сервіси компанії також продовжують розвиватися [46].

Хоча реалізація цієї стратегії по перетворенню конкуруючих мобільних платформ під фронт-енд хмари «Microsoft Corporation» не видається надійною, і її майбутнє важко передбачити, компанія чітко дотримується свого плану.

Щодо пристроїв які складаються, можна відзначити, що вони зручні в своїй компактності в складеному вигляді і оптимальні для роботи в розкладеному, тому в

цю технологію інвестують багато компаній. Обмеження як апаратного, так і програмного забезпечення стають все більш очевидними, але вимоги до «мобільності» пристроїв тільки ростуть.

Розмивається межа між мобільним пристроєм і класичним настільним комп'ютером. Еволюція «хмари» і широкосмугового зв'язку LTE/5G, що підходять для різних завдань гібридних пристроїв і завжди-підключених ПК привела індустрію комп'ютерів в своєрідний перехідний стан. Більш того, люди користуються смартфоном для виконання завдань, які раніше були прив'язані до настільного ПК, і хочуть розширити коло цих завдань ще сильніше.

Тому смартфони стають більшими, а «Microsoft Corporation» і інші компанії намагаються швидше створити пристрої, що складаються. Ключ до того, щоб в форм-факторі такого пристрою дійсно був сенс – в програмному забезпеченні. При грамотному програмному забезпеченні користувачі зі пристроями, які можна складати, отримають можливості, яких немає у користувачів звичайних девайсів.

Планується, що в найближчі роки компанія «Microsoft Corporation» випустить пристрій Surface Andromeda, який буде працювати на OneCore, Windows CoreOS і CShell, тобто в ньому буде потужність і функціональність настільного комп'ютера і інтерфейс, який може перемикатися між режимами настільного ПК, планшета і мобільного пристрою. Хоча поки система застосунків недосконала, в довгостроковій перспективі такий підхід здається більш розумним, ніж стратегія основних мобільних систем по створенню виключно настільних ОС. Поки випуск Surface Andromeda неодноразово відкладався, але компанія має намір все ж зробити цей крок у бік індустрії пост-смартфонів.

Компанія «Microsoft Corporation» бачить в змішаній реальності – доповненій і віртуальній – майбутнє комп'ютерів. HoloLens і змішана реальність Windows – основа компанії для створення комп'ютерного середовища майбутнього, для створення нового медіа для розваг, комунікації та інших завдань. Методична робота компанії з впровадження HoloLens на підприємства, в сферу освіти та приватні сектори ведеться вже протягом чотирьох років, і все це – стратегія технологічного, платформного і інфраструктурного вкладу в майбутнє мобільних пристроїв; таке

майбутнє, в яке вірить «Microsoft Corporation». Поки до готової версії HoloLens ще далеко, але патенти компанії на розумні окуляри і ODG на окуляри R8 і R9 говорять про те, що зараз індустрія розвиває даний напрям [46].

Таким чином, ми розглянули погляд «Microsoft Corporation» на майбутнє, основою якого є зорієнтованість в роботі з хмарою і крос-платформністю. Девайси, які можна складати і змішана реальність – все це в планах, а перевага такої багатогранної стратегії в тому, що її частини можуть співіснувати разом і підходити під мінливі потреби користувачів.

При проведенні комерціалізації наукомістких розробок компанії основні зусилля необхідно направити в першу чергу на підвищення показників економічної ефективності і комерціалізації новачій, а також рівень проведення НДДКР і їх якості. Непривабливими факторами для інвестицій в наукоємні технології виступають: висока невизначеність кінцевого продукту, недостатній рівень кваліфікації і досвіду виконавців проекту, недостатній інноваційний рівень і високі ризики реалізації проекту. Основною проблемою наукомістких галузей є залучення значних обсягів капіталу на етапі проведення НДДКР в процесі становлення інноваційної діяльності «Microsoft Corporation». Перспективи отримання високих доходів представляються досить широкими, так як ексклюзивність і інноваційність продукції передбачає високу маржинальність при її реалізації кінцевому споживачеві.

Найпоширенішими способами ведення наукомісткого бізнесу компанії «Microsoft Corporation» є: використання прав на інтелектуальну власність (передача виняткових прав за ліцензійним договором, договором франчайзингу або договором відчуження); створення нових підрозділів підприємства, діяльність яких ґрунтується на використанні розробленої технології або результатах НДДКР; комерційні контракти на реалізацію НДДКР. Для досягнення стратегічних цілей «Microsoft Corporation» необхідний комплексний підхід до організації стратегічного управління, який повинен спиратися на різні інструменти стратегічного аналізу в залежності від специфіки інноваційної продукції, пріоритетних напрямків розвитку, масштабів проведення НДДКР і потреб ринку.

Висновки до розділу 3

Керівництво компанії «Microsoft Corporation» впевнене в тому, що тільки цілеспрямовані інвестиції в НДДКР мають вирішальне значення для майбутнього зростання і конкурентних позицій на ринку, а також прямо пов'язані з розробкою інноваційних продуктів, які займають основне місце в бізнес-стратегії компанії.

У 2020 фінансовому році пандемія COVID-19 вплинула на компанію «Microsoft Corporation», її ділові операції, співробітників, клієнтів, партнерів та громадськість в цілому. Відбулися значні зміни в різних сферах діяльності компанії. Так, у сегментах Productivity and Business Processes та Intelligent Cloud спостерігалось зростання попиту на використання хмарних технологій, оскільки клієнти переходили на роботу та навчання вдома. Компанія також зазнала уповільнення ліцензування транзакцій, особливо у малому та середньому бізнесі, і на LinkedIn негативно позначилися нові умови ринку праці та скороченні рекламних витрат.

Основними компоненти інноваційної моделі «Microsoft Corporation» є: пріоритетне інвестування; інтеграція розробників застосунків; плідна співпраця з контент-провайдерами; вільна торгівля; забезпечення зручного доступу для користувачів; впровадження технологій з метою пошуку нових способів застосування операційної системи і платформи; поліпшення роботи з постачальниками; освоєння нових галузей (наприклад, роздрібної торгівлі смарт-годинниками) з метою розширення сфери діяльності; пріоритет дизайну; внутрішня конкуренція для розробки оптимального варіанту проекту (робота різних команд над одним завданням); абсолютний контроль і прагнення до створення кращого користувацького досвіду.

«Microsoft Corporation» до 2030 року має намір досягти негативного рівня емісії вуглецю, а до 2050 року повністю усунути наслідки викидів за весь час із моменту заснування компанії у 1975 році. Скорочення викидів передбачає перехід на поновлювані джерела енергії для всіх ЦОДів, будівель і кампусів до 2025 року, а

також повну електрифікацію внутрішнього автопарку. Для повного видалення вуглецевого сліду використовуватимуть низку методів, таких як посадка і відновлення лісів, секвестрація вуглецю (уловлювання вуглецю в ґрунті), біоенергетика зі зв'язуванням і зберіганням вуглецю (BECCS) і пряме захоплення повітря (DAC).

Ступінь впливу пандемії COVID-19 на бізнес «Microsoft Corporation» в майбутньому залежатиме від численних факторів, що розвиваються та які неможливо достовірно передбачити, включаючи тривалість та масштаби пандемії; дії уряду, бізнесу та приватних осіб у відповідь на пандемію; вплив на економічну діяльність, включаючи можливість рецесії або нестабільності фінансового ринку. Ці фактори можуть негативно впливати на споживчі, бізнесові та державні витрати на технології, а також на здатність клієнтів постійно оплачувати товари та послуги компанії. Ця невизначеність також впливає на бухгалтерські оцінки та припущення керівництва, що може призвести до більшої мінливості в різних сферах, які залежать від цих оцінок та припущень, включаючи інвестиції, дебіторську заборгованість та перспективні напрями.

Найпоширенішими способами ведення наукомісткого бізнесу компанії «Microsoft Corporation» є: використання прав на інтелектуальну власність (передача виняткових прав за ліцензійним договором, договором франчайзингу або договором відчуження); створення нових підрозділів підприємства, діяльність яких ґрунтується на використанні розробленої технології або результатах НДДКР; комерційні контракти на реалізацію НДДКР. Для досягнення стратегічних цілей «Microsoft Corporation» необхідний комплексний підхід до організації стратегічного управління, який повинен спиратися на різні інструменти стратегічного аналізу в залежності від специфіки інноваційної продукції, пріоритетних напрямків розвитку, масштабів проведення НДДКР і потреб ринку.

ВИСНОВКИ

Поняття «інновація» розглядалось багатьма дослідниками і має багато визначень, проте усі трактування можна звести до таких двох підходів: інновація як певний процес, спрямований на досягнення результату, та інновація як результат. Вважаємо, що інновація виступає саме результатом впровадження новачій і є продуктом інноваційної діяльності. Сам же процес управління інноваційною діяльністю складається з таких основних етапів як планування, організація, мотивація та контроль.

До інноваційної діяльності відноситься вся діяльність підприємства в рамках інноваційного процесу, а також маркетингові дослідження ринків збуту і пошук нових споживачів, інформаційне забезпечення можливого конкурентного середовища і споживчих властивостей товарів конкуруючих фірм, пошуки новаторських ідей і рішень; партнерів із впровадження і фінансування інноваційного проекту. Інноваційна діяльність пов'язана з трансформацією наукових досліджень і розробок, винаходів і відкриттів у новий продукт або у новий технологічний процес, які впроваджуються у виробничий процес, або в новий підхід до соціальних послуг. Інноваційна діяльність передбачає створення цілого комплексу наукових, технологічних, організаційних, фінансових і комерційних заходів, які у своїй сукупності ведуть до створення інновації «під ключ», тобто повністю готової до реалізації ринку.

Нині концентрація інноваційної діяльності досить висока у окремих країнах та їх національних ТНК. Так, питома вага ТНК лише трьох країн – США, Японії і Німеччини – становить 73 % всього «списку 700» найбільших наукомістких компаній світу, причому для США цей показник склав 40%. Класифікація показників, які використовуються для оцінки інноваційного потенціалу ТНК, базується на використанні наступних ознак: чинники інноваційної діяльності; функціональне призначення; відношення до етапів життєвого циклу інновацій. Найважливішим завданням при створенні системи показників оцінки інноваційного

потенціалу ТНК є визначення цілей і критеріїв інноваційного розвитку, основними з яких є наступні: одержання прибутку і забезпечення його зростання; утримання і розширення поточних позицій на світовому ринку; підвищення якості продукції; підвищення ефективності використання ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових і ін.); підвищення конкурентоспроможності за допомогою застосування нових технологій та ін.

Поєднання глобального підходу з задоволенням локальних інтересів (управлінські технології) визначає модель вибору ТНК місць розміщення та альтернативних шляхів технологічного розвитку, методи планування і фінансування міжнародних НДДКР, а також підходи до управління персоналом у міжнародному середовищі. Новітні інформаційно-комунікаційні технології сприяють інтеграції сучасних знань, науки і виробництва двома взаємопов'язаними шляхами: інтернальним, для якого притаманна більш висока ступінь взаємодії науково-технологічних та інших підрозділів компанії у міжнародному інноваційному процесі та екстернальним, який включає інноваційні зв'язки підрозділів ТНК з місцевими підприємствами та організаціями, що у кінцевому підсумку призводить до становлення феномену «техноглобалізму».

На сучасному етапі розвитку суспільства стає більш значущим підвищення ролі нововведень, і це викликано, в першу чергу, підвищенням та більш жорсткою конкуренцією. Для багатьох керівників які бажають ефективно керувати підприємством поняття інноваційно-розвинутого підприємства є досить актуальним в повсякчасному житті організацій. На даний час в умовах жорсткої конкуренції на ринку національні підприємства втрачають свої позиції на ринку оскільки не мають змоги завойовувати нові ринки збуту продукції. Неприятлива ринкова кон'юнктура, застаріле обладнання, відсутність фінансування все це змушує багато підприємств скорочувати своє виробництво.

Технологічна політика ТНК представляє собою складну сукупність методів розробки, виготовлення та просування товару на міжнародний ринок. Природа діяльності транснаціональних корпорацій передбачає інтернаціоналізацію науково-дослідної діяльності, тобто розміщення науково-дослідних лабораторій на території

країни-споживача, а трансфер технологій, який має свої певні переваги й недоліки як для країни базування так і для приймаючої сторони.

Компанія «Microsoft Corporation» розробляє та випускає широкий спектр програмних продуктів. В їх число входять настільні та мережеві операційні системи, серверні застосунки для клієнт-серверних середовищ, настільні бізнес-застосунки і офісні застосунки для користувачів, інтерактивні програми та ігри, засоби для роботи в мережі інтернет і інструменти для розробки. Крім того, «Microsoft Corporation» пропонує інтерактивні (online) послуги, видає книги на комп'ютерну тематику, виробляє периферійне устаткування для комп'ютерів, займається дослідницькою діяльністю і розробкою нових комп'ютерних технологій. Продукти компанії продаються більш ніж в 200 країнах світу, перекладені більш ніж на 45 мов (в тому числі – на українську) і сумісні з більшістю платформ персональних комп'ютерів.

Продажі американської корпорації збільшилися багато в чому завдяки хмарному бізнесу, за який переважно відповідає підрозділ «Microsoft Corporation» Intelligent Cloud. До нього також відносяться різні корпоративні сервіси, сервіс спільної розробки IT-проектів GitHub, операційні системи Windows Server і SQL Server.

Як показали фінансові результати, пандемія COVID-19 не тільки не вдарила по бізнесу «Microsoft Corporation», але і сприяла зростанню компанії. Така ситуація стала можливою тому, що спалах коронавірусу призвів до сплеску попиту на хмарні інструменти для віддаленої роботи та дистанційного навчання.

В результаті проведеного поглибленого аналізу «Microsoft Corporation», ми дійшли висновку, що компанія має дуже сильні ринкові позиції з точки зору частки ринку та чистого прибутку. Бренд повинен зробити радикальні кроки, щоб уникнути кібератак. Інновації – це життєва сила в технологічній галузі, і корпорація повинна розглянути можливість створення стратегічних альянсів та партнерських відносин з іншими технологічними компаніями.

Проведений SWOT-аналіз дозволив виявити чинники діяльності «Microsoft Corporation», які допомогли сформуванню окремі рекомендації для компанії:

- оновлення програмного забезпечення і здійснення інновацій, так компанія має здійснити радикальні кроки, щоб успішно охопити майбутні інновації;
- продовження роботи над підвищенням репутації бренду з допомогою ефективних маркетингових інструментів;
- оновлення ринку інтернет-браузерів і виступ з ініціативами щодо збільшення частки на ринку в цьому сегменті;
- створення більших конкурентних переваг, щоб конкурувати з технологічними конкурентами, такими як «Google LLC» та «Apple Inc.»;
- збільшення партнерства, стратегічних альянсів і придбань для зміцнення свого становища на ринку;
- вирішення проблем кібербезпеки та глобальних кібер-крадіжок, розвиваючи свої мережеві системи безпеки;
- зниження ціни, щоб зменшити незаконне використання своїх програмних систем;
- диверсифікація бізнесу для збільшення потенційного росту та частки ринку.

Для забезпечення конкурентної позиції на світовому ринку компанія «Microsoft Corporation» дотримується активної наступальної інноваційної стратегії. Технологічне і ринкове лідерство «Microsoft Corporation» ґрунтується на розробці інноваційної продукції. Завдяки інноваціям, значному технічному і фінансовому потенціалу компанія не підлаштовується під світові тенденції ІТ-галузі, а створює їх сама. Причому компанія «Microsoft Corporation» настільки потужна, що може розробляти нові категорії продуктів, навіть у тих сегментах ринку, де конкуренти зазнали невдач.

Реалізація наступальної інноваційної стратегії «Microsoft Corporation» передбачає ґрунтовне науково-дослідне забезпечення: масштабні науково-дослідні роботи у суміжних галузях і постійний зв'язок з фундаментальними дослідженнями; оцінку найважливіших результатів НДР з метою впровадження їх у виробництво; оперативні зміни пріоритетів фінансування залежно від очікуваних результатів маркетингу.

Проаналізувавши іноваційно-інвестиційний портфель «Microsoft Corporation», можна стверджувати, що компанія поглинає лише ті стартапи, що володіють значною інтелектуальною власністю та висококваліфікованими кадрами. Основною метою інвестиційної стратегії «Microsoft Corporation» є створення нових технологій, удосконалення застарілих сервісів, а також залучення в свою команду талановитих співробітників.

Результати проведеного аналізу та отримані висновки свідчать про важливість розвитку науково-технологічних чинників діяльності транснаціональних корпорацій. Досвід ефективного управління інноваційною діяльністю компанії «Microsoft Corporation» створює підґрунтя таких пропозицій для українських підприємств:

1) сформулювати загальну стратегію розвитку підприємства та стратегію в сфері інноваційної діяльності, які спрямовані на затвердження конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках;

2) використовувати міжнародну рекламу для того, щоб постійно залучати нових клієнтів і підвищувати попит на нову продукцію;

3) задля максимального задоволення потреб споживачів варто запровадити ідеологію роботи з клієнтами шляхом розроблення індивідуальних схем і технологій, що ґрунтувалися б на індивідуальному підході;

4) удосконалювати управлінську систему підприємства шляхом поліпшення системи бізнес-планування і розвитку системи мотивації, орієнтованої на оцінку діяльності окремого співробітника. Необхідно також забезпечити її гнучкість і швидкість реакції на зміни ринкових умов, з урахуванням економічних та соціальних факторів, розвивати сучасні інформаційні технології;

5) при здійсненні інноваційних заходів необхідно забезпечити відповідність оновлення техніки та використовуваної сировини умовам їх екологічності, зважаючи на відповідні вимоги зовнішнього ринку та попиту на екологічно чисту продукцію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Активізація інвестиційного процесу в Україні: колективна монографія / за наук. ред. М. І. Дибя, Т. В. Майорова. – Київ : КНЕУ, 2012. – 472 с.
2. Алексеєнко Л. М. Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів: українсько-англійсько-російський / Л. М. Алексеєнко. – Тернопіль : Астон, 2003. – 672 с.
3. Ансофф І. Стратегический менеджмент: классическое издание / И. Ансофф. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 344 с.
4. Артеменко А. В. Ціннісно-раціональні мегатренди глобального господарства та їх реалізація в інтеграційних процесах (на прикладі пострадянських країн) / А. В. Артеменко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 3 (65). – С. 73-80.
5. Артеменко І. А. Інформаційні проблеми зовнішньоекономічної діяльності України / І. А. Артеменко // Структурні зміни у суспільстві та економіці під впливом комунікацій та інформації : матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 12-13 трав. 2016 р.) / за ред. М. В. Макарова. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 140-143.
6. Безшура А. Ю. Методологічні підходи щодо визначення впливу НТП на інституціональну структуру міжнародного бізнесу / А.Ю. Безшура // Економіка та держава. – 2010. – № 8. – С. 70-73.
7. Богославець Г. М. Інноваційна діяльність підприємств торгівлі / Г. М. Богославець, О. М. Трубей // Інноваційна економіка. – 2016. – № 7/8. – С. 69-74.
8. Гальчук А. А. Інновації як чинник конкурентоспроможності економіки / А. А. Гальчук // Економіка та держава. – 2015. – № 9. – С. 136-138.
9. Гарбузюк І. НТП та його роль в економіці та у житті людини / І. Гарбузюк // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2015. – № 2. – С. 11-13.

10. Головченко Т. М. Інноваційний розвиток підприємств та його фінансове забезпечення / Т. М. Головченко, А. С. Остапенко // Економіка харчової промисловості. – 2011. – № 4. – С. 36-39.
11. Гордієнко К. Д. Економічний тлумачний словник: понятійна база законодавства України у сфері економіки / К. Д. Гордієнко. – 2-ге вид., перероб. та доп. – Київ : КНТ, 2007. – 360 с.
12. Гэлбрейт Д. Состояние и перспективы экономики США / Д. Гэлбрейт // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 3. – С. 18-23.
13. Дерлоу Д. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень : Пер. з англ / Дес Дерлоу. – Москва : Всеуито ; Київ : Наук. думка, 2001. – 242 с.
14. Друкер Питер Ф. Эффективный руководитель : [пер. с англ] / Питер Ф. Друкер. – Москва : ВИЛЬЯМС, 2011. – 224 с.
15. Єфименко Т. І. Наукова творчість Й. А. Шумпетера як інноваційна діяльність і сучасність / Т. І. Єфименко, П. М. Леоненко // Фінанси України. – 2013. – № 12. – С. 7-20.
16. Женченко М. Краудфандинг як інноваційна бізнес-модель у видавничій галузі цифрової доби / М. Женченко // Вісник Книжкової палати. – 2016. – № 10. – С. 11-13.
17. Загородній А. Г. Інновації як об'єкт стратегічного аналізу / А. Г. Загородній, В. М. Чубай // Актуальні Проблеми Економіки. – 2010. – № 9. – С. 120-126.
18. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.
19. Захарець Д. Про інноваційний бізнес та патентну систему США / Д. Захарець // Інтелектуальна власність. – 2011. – № 3. – С. 58-62.
20. История Microsoft [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:История_Microsoft. – Название с экрана.
21. Іванов Ю. Б. Складові інформаційного забезпечення маркетингової діяльності промислового підприємства / Ю. Б. Іванов, М. І. Ус // Бізнес Інформ. – 2016. – № 1. – С. 299-305.

22. Іванченков В. С. Інноваційна модель розвитку та фактори сповільнення інноваційної діяльності / В. С. Іванченков // Економіка харчової промисловості. – 2014. – № 1. – С. 85-87.
23. Іванюк С. Ю. Інноваційна діяльність як фактор забезпечення економічного розвитку / С. Ю. Іванюк // Фінансова стратегія економічного розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., (м. Ялта, 1-6 жовт. 2013 р.) / голова орг. комітету О. О. Нестуля. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – С. 62-64.
24. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2010. – 334 с.
25. Кардаков О. Ю. Інноваційний та інтелектуальний потенціал як основа глобальної інтелектуалізації економіки / О. Ю. Кардаков // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 4. – С. 75-78.
26. Касич А. О. Інноваційна активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення / А. О. Касич, К. О. Канунікова // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 22. – С. 21-24.
27. Козик В. В. Інвестиційно-інноваційний механізм забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств / В. В. Козик, О. Ю. Ємельянов, Т. О. Петрушка // Проблеми економіки. – 2014. – № 1. – С. 52-58.
28. Коллінз Дж. Построенные навечно. Успех компаний, обладающих видением. Build to last. Successful habits of visionary companies : пер. с англ. / Джим Коллінз, Джерри И. Поррас ; пер. с англ. В. Мишучков. – Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 350 с.
29. Коноплицький В. А. Економічний словник: тлумачно-термінологічний / В. А. Коноплицький, Г. І. Філіна. – Київ : КНТ, 2007. – 580 с.
30. Корінько М. Д. Інновації у діяльності суб'єктів господарювання / М. Д. Корінько // Актуальні Проблеми Економіки : журнал. – 2009. – № 5. – С. 149-155.
31. Кривов'язюк І. В. Інноваційна економіка: навч. посібник / І. В. Кривов'язюк. – Київ : Кондор-Видавництво, 2016. – 384 с.
32. Кубатко О. В. Інноваційний розвиток підприємств в умовах економічної

нестабільності / О. В. Кубатко, Ю. О. Омеляненко // Механізм регулювання економіки. – 2015. – № 2. – С. 54-60.

33. Кузьмак О. І. Інноваційна стратегія як засіб стабілізації розвитку промислового підприємства / О. І. Кузьмак // Інноваційна економіка. – 2016. – № 1/2. – С. 114-118.

34. Куранда Т. К. Науково-технологічні пріоритети як інструмент модернізації економіки / Т. К. Куранда, В. М. Євтушенко // Науково-технічна інформація. – 2013. – № 3. – С. 8-14.

35. Луб'янецька А. С. Вплив інноваційної діяльності транснаціональних корпорацій на розвиток світової економіки / А. А. Луб'янецька, І. А. Артеменко // Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих учених, 28-29 квітня 2021 р. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. – С. 315-316.

36. Ляхно М. І. Науково-методичні підходи до оцінки впливу НТП на економічний розвиток / М. І. Ляхно // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 2. – С. 90-94.

37. Мазаракі А. Інновації як джерело стратегічних конкурентних переваг / А. Мазаракі, Т. Мельник // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2010. – № 2. – С. 5-17.

38. Мельник Ю. М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг / Ю. М. Мельник // Економіка харчової промисловості. – 2015. – № 4. – С. 67-72.

39. Микитюк П. П. Інноваційна діяльність: навч. посібник / П. П. Микитюк, Б.Г. Сенів. – Київ : Центр навч. л-ри, 2009. – 392 с.

40. Обзор компании Microsoft Corporation - #MSFT [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://smart-lab.ru/blog/667088.php>. – Название с экрана.

41. Огляд компанії Майкрософт Корпорейшн (microsoft Corporation) – Новачкам 2021 – Forex [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://id-forex.com/overview-of-microsoft-corporation>. – Назва з екрану.

42. Осовська Г. В. Економічний словник / Г. В. Осовська, О. О. Юшкевич, Й. С. Завадський. – Київ : Кондор, 2009. – 358 с.
43. Остапенко В. В. Концептуальний підхід до підвищення ефективності торгівлі патентними ліцензіями на інновації / В. В. Остапенко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2016. – № 2. – С. 17-22.
44. П'ять основних цифрових тенденцій бізнес-трансформації на кризовий 2021. Економічна правда [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/news/2020/09/9/664888>. – Назва з екрану.
45. Перерва П. Г. Дослідження зарубіжного досвіду оцінки інтелектуального потенціалу організацій / П. Г. Перерва, М. Ю. Глізнуца // Бізнес Інформ. – 2016. – № 1. – С. 49-55.
46. Планы Microsoft на будущее: три важных составляющих [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://surface-pro.ru/2019/02/12/plany-microsoft-na-budushhee-tri-vazhnykh-sostavlyayushhix>. – Название с экрана.
47. Полегенька М. А. Етимологія терміну «інновації» як економічної категорії / М. А. Полегенька // Агросвіт. – 2016. – № 21. – С. 57-61.
48. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / Майкл Портер. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 947 с.
49. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4.07.2002 року № 40-IV / Україна. Верховна Рада // Податки та бухгалтерський облік. – 2002. – № 84. – С. 3-13.
50. Прохорчук С. В. Інновації як інструмент досягнення стратегічних цілей підприємств в умовах глобалізації / С. В. Прохорчук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 10. – С. 49-51.
51. Революційні інновації у світі (за даними звіту медіакомпанії Thomson Reuters, 2016 р.) // Наука та інновації. – 2016. – № 6. – С. 69-74.
52. Сазонець О. М. Інноваційна діяльність підприємств у контексті забезпечення інформаційної безпеки / О. М. Сазонець, Л. Г. Сіпайло // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 156-161
53. Семернікова І. О. Сутність НТП і НТР. Особливості сучасної науково-

технічної революції / І. О. Семернікова, Н. В. Мешкова-Кравченко // Економіка підприємства : навч. посібник / І. О. Семернікова, Н. В. Мешкова-Кравченко. – Херсон : Олді-плюс, 2009. – С. 107-110.

54. Сусіденко Ю. Інноваційний розвиток підприємств: європейський досвід / Ю. Сусіденко, Т. Сіташ // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Сер. Економічні науки. – 2016. – № 3. – С. 23-35.

55. Ткачова О. А. Науково-технологічний потенціал розвитку вітчизняної сфери нанотехнологій / О. А. Ткачова // Економіка і прогнозування. – 2015. – № 2. – С. 134-147.

56. Тренды технологий. Через призму конференций Build [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://news.microsoft.com/ru-ru/features/trendy-tehnologij>. – Название с экрана.

57. Управління інноваційною діяльністю. Інноваційний менеджмент в знаннєорієнтованій економіці: магістерський курс : підручник / за заг. ред. С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2015. – 728 с.

58. Финансовые показатели Microsoft [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Финансовые_показатели_Microsoft. – Название с экрана.

59. Цудікман В. Інновації в оцінці інвестиційних ризиків. Альтернативи та можливості модифікації технології VaR / В. Цудікман, С. Ізрайлевич // Фінансовий ринок України. – 2010. – № 10. – С. 21-25.

60. Череп А. В. Інноваційний менеджмент : підручник / А. В. Череп, Т. В. Пуліна, О. Г. Череп. – Київ : Кондор, 2015. – 452 с.

61. Черпак А. Є. Ефективність корпоративного управління в цільових моделях власників корпоративного капіталу та інших стейкхолдерів / А. Є. Черпак, З. Є. Шершньова // Бізнес Інформ. – 2015. – № 6. – С. 215-222.

62. Шацька З. Я. Управлінські інновації в системі підприємства / З. Я. Шацька // Актуальні Проблеми Економіки. – 2012. – № 1. – С. 176-182.

63. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Йозеф А. Шумпетер; пер. з англ.

В. Старк. – Київ : Києво-Могилян. акад., 2011. – 242 с.

64. Ястремська О. М. Інноваційна діяльність промислових підприємств: результати оцінювання / О. М. Ястремська, П. О. Доуртмес // Бізнес Інформ. – 2016. – № 4. – С. 161-168.

65. Annual Report 2020. Microsoft Corporation [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.microsoft.com/investor/reports/ar20/index.html>. – Title from display.

66. Dunning J. H. Location and the Multinational Enterprise: a Neglected Factor? / J. H. Dunning // Journal of International Business Studies. – 1998. – V. 29. № 1. – P. 45-66.

67. Microsoft Corporation. Национальная библиотека им. Н. Э. Баумана. Bauman National Library [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://ru.bmstu.wiki/Microsoft_Corporation. – Название с экрана.

68. Microsoft SWOT Analysis [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.someka.net/blog/microsoft-swot-analysis>. – Title from display.

69. Microsoft SWOT Analysis 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://bstrategyhub.com/swot-analysis-of-microsoft/>. – Title from display.

70. Microsoft вкладе \$1 млрд у розвиток кліматичних інновацій [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://my.ua/news/cluster/2020-01-17-microsoft-vklade-1-mlrd-u-rozvitok-klimatichnikh-innovatsii>. – Назва з екрану.

71. Microsoft начинает массовое истребление популярных приложений и сервисов под Windows 10 [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://www.cnews.ru/news/top/2021-01-06_microsoft_zateyala_massovoe_zakrytie. – Название с экрана.

72. Microsoft представила новые технологии и сервисы [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://www.cnews.ru/news/line/2020-09-23_microsoft_predstavila_novye_tehnologii. – Название с экрана.

73. SWOT Analysis of Microsoft [Electronic resource]. – Mode of access : <https://swotandpestleanalysis.com/swot-analysis-of-microsoft>. – Title from display.

74. SWOT Analysis of Microsoft in 2020 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://managementglossary.com/swot-analysis-of-microsoft>. – Title from display.