

УДК 339.9:330.3

JEL Classification F 10, F 20, F 23

Георгій Ковбатюк, PhD

(старший викладач кафедри теоретичної та прикладної економіки, Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID 0000-0001-8140-4506

РЕГІОНАЛЬНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДОХОДІВ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ APPLE ТА SAMSUNG

Дослідження географічного розподілу виручки провідних багатонаціональних технологічних корпорацій, таких як Apple та Samsung, має високу актуальність в умовах трансформації глобальних ринків та зміни споживчих преференцій. Тому метою статті є дослідження структури та динаміки доходів провідних технологічних корпорацій за географічними регіонами, виявлення ключових факторів, що впливають на регіональний розподіл виручки.

Аналіз доходів цих компаній в регіональному розрізі, а саме Америка, Європа, Великий Китай, Японія та інші регіони, не лише демонструє відмінності в географічній структурі прибутків, але й відображає різну ступінь залежності від окремих ринків, адаптацію до регуляторного середовища та здатність до стійкого функціонування в умовах турбулентності глобальної економіки.

Географічний розподіл доходів Apple відображає складну взаємодію зрілості ринку, конкурентної динаміки та макроекономічних чинників. Хоча Америка залишається головним споживачем та формує більшу частину доходів, зростання частки Європи та потенціал Азіатсько-Тихоокеанського регіону свідчать про зміну пріоритетів. Samsung Electronics, світовий лідер у галузі споживчої електроніки та напівпровідників, демонструє диверсифікований, але концентрований розподіл доходів на ключових географічних ринках.

Порівняльний аналіз компаній Apple і Samsung демонструє різні підходи до географічного розподілу доходів, адаптації до регуляторних умов, споживчих вподобань та ризиків регіонального середовища. Apple зосереджується на преміальному сегменті та розвитку сервісів, забезпечуючи високу маржинальність у розвинених регіонах, тоді як Samsung спирається на масштаб виробництва, диверсифікований продуктовий портфель та B2B-сегмент. Стратегічне перерозподілення виробничих потужностей, інвестиції у локалізацію та адаптацію до місцевого законодавства дозволяють обом корпораціям зберігати баланс між прибутковістю та ринковим охопленням. Таким чином, регіональна стратегія доходів повинна базуватися на гнучкості, аналітичній чутливості до регіональних викликів та здатності до інноваційної трансформації у відповідь на глобальні зміни.

Ключові слова: багатонаціональні підприємства, технологічний розвиток, порівняльний аналіз, глобальні ринки, регіональна диверсифікація доходів.

Постановка проблеми. В сучасному економічному середовищі, що характеризується посиленням геополітичної напруженості, регуляторними змінами та зрушеннями у глобальних ланцюгах постачання, розуміння регіональних особливостей формування доходів

© Ковбатюк Г.О., 2025

технологічних гігантів дозволяє виявити глибинні тенденції та закономірності розвитку світового ринку високотехнологічної продукції. Особливої актуальності набуває аналіз змін у регіональній структурі виручки корпорацій у контексті переорієнтації економічних зв'язків, розвитку нових ринків та впливу локальних регуляторних режимів на діяльність багатонаціональних компаній.

Розвиток глобального ринку високотехнологічної продукції характеризується неоднорідністю регіональних ринків, різними темпами їх зростання та суттєвими відмінностями у конкурентному середовищі, що впливає на стратегії компаній та зумовлює необхідність адаптації їх бізнес-моделей. У цьому контексті виникає проблема визначення причинно-наслідкових зв'язків між географічним розподілом доходів та факторами, що визначають регіональну специфіку діяльності технологічних корпорацій, включаючи конкурентні, регуляторні, макроекономічні та соціокультурні чинники. Дослідження географічного розподілу виручки провідних багатонаціональних технологічних корпорацій, таких як Apple та Samsung, має високу актуальність в умовах трансформації глобальних ринків та зміни споживчих переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями особливостей, тенденцій та аналізу регіональних економічних відмінностей присвячені наукові праці таких науковців, як та Янян Лі [1], Венкен Тан, Янян Льв [2], Жімінг Сун, Сіанглонг Чен, Нанфа Хінг, Хонгтао Ма, Юан Менг [3] та інших. Але в сучасному світі показники та тенденції розвитку дуже швидко змінюються під впливом багатьох факторів та вимагають постійного моніторингу. Дане дослідження спрямоване на встановлення закономірностей формування регіональної структури доходів, оцінку впливу геополітичних, регуляторних та конкурентних чинників на фінансові показники компаній у різних географічних сегментах.

Метою статті є дослідження структури та динаміки доходів провідних технологічних корпорацій (Apple та Samsung) за географічними регіонами, виявлення ключових факторів, що впливають на регіональний розподіл виручки.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобалізованої економіки багатонаціональні корпорації (БНК) виступають ключовими акторами світового ринку, формуючи транснаціональні виробничо-збутові мережі, впливаючи на міжнародні фінансові потоки та визначаючи структуру глобального споживання. Особливу увагу привертає діяльність провідних технологічних компаній, таких як Apple Inc. та Samsung Electronics Co., Ltd., які не лише задають темпи інноваційного розвитку, а й демонструють високу ефективність управління регіональною диверсифікацією доходів. Здатність корпорацій ефективно розподіляти свої ресурси, оптимізувати бізнес-моделі та забезпечувати стійке зростання в умовах ринкової конкуренції значною мірою залежить від рівня диверсифікації їхніх доходів у регіональному вимірі. Водночас порівняльний аналіз Apple і Samsung як двох технологічних гігантів, що функціонують у різних інституційних, корпоративних та гео економічних умовах, дозволяє виявити унікальні особливості їхньої зовнішньоекономічної стратегії та моделей глобального розширення.

Аналіз доходів цих компаній в регіональному розрізі, а саме Америка, Європа, Великий Китай, Японія та інші регіони, не лише демонструє відмінності в географічній структурі прибутків, але й відображає різну ступінь залежності від окремих ринків, адаптацію до регуляторного середовища та здатність до стійкого функціонування в умовах турбулентності глобальної економіки. Розуміння того, як компанії балансують між розвиненими та новими ринками, а також між стабільними і ризикованими регіонами, дозволяє оцінити ефективність їхніх стратегій регіонального управління.

Американський сегмент, що охоплює Північну та Південну Америку, стабільно посідає перше місце в рейтингу найбільших джерел доходів Apple. У 2022 фінансовому році регіон згенерував \$169,66 млрд, що становить 43,02% від загального доходу компанії. У 2024 році

цей показник дещо знизився до \$167,05 млрд (-2,76%), хоча його частка в загальному доході залишилася стабільною на рівні приблизно 42% завдяки пропорційному зростанню в інших регіонах [4]. Така стійкість підкреслює зрілість північноамериканського ринку споживчої електроніки, де Apple утримує 55% частку продажів преміальних смартфонів. Однак інфляційний тиск у 2023-2024 роках призвів до зниження середніх відпускних цін на iPhone у регіоні на 1,5% у річному обчисленні, що було частково компенсовано зростанням доходів від послуг на 7% [5].

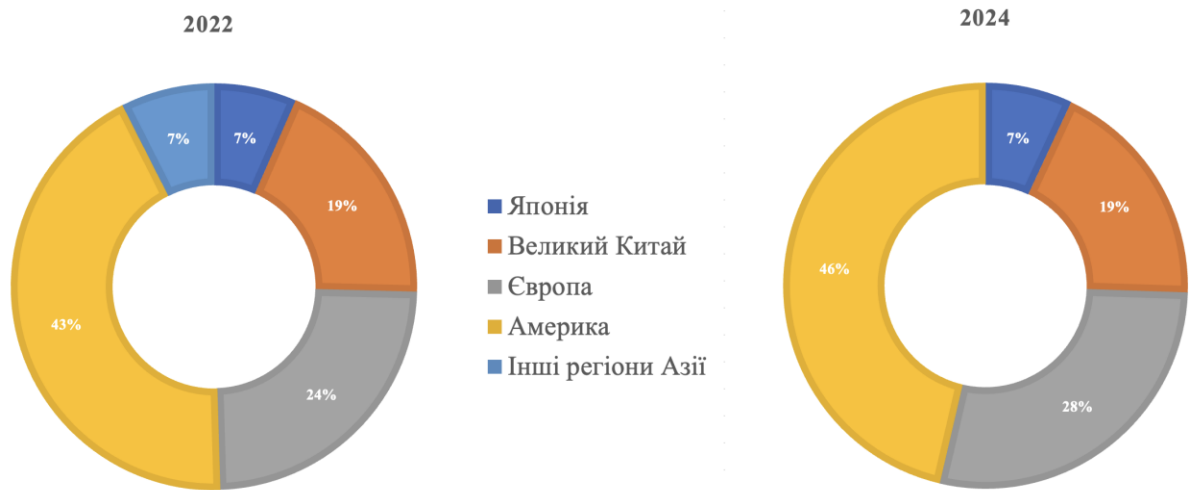


Рис. 1. Структура доходу компанії Apple в регіональному розрізі

Джерело: сформовано за даними [4]

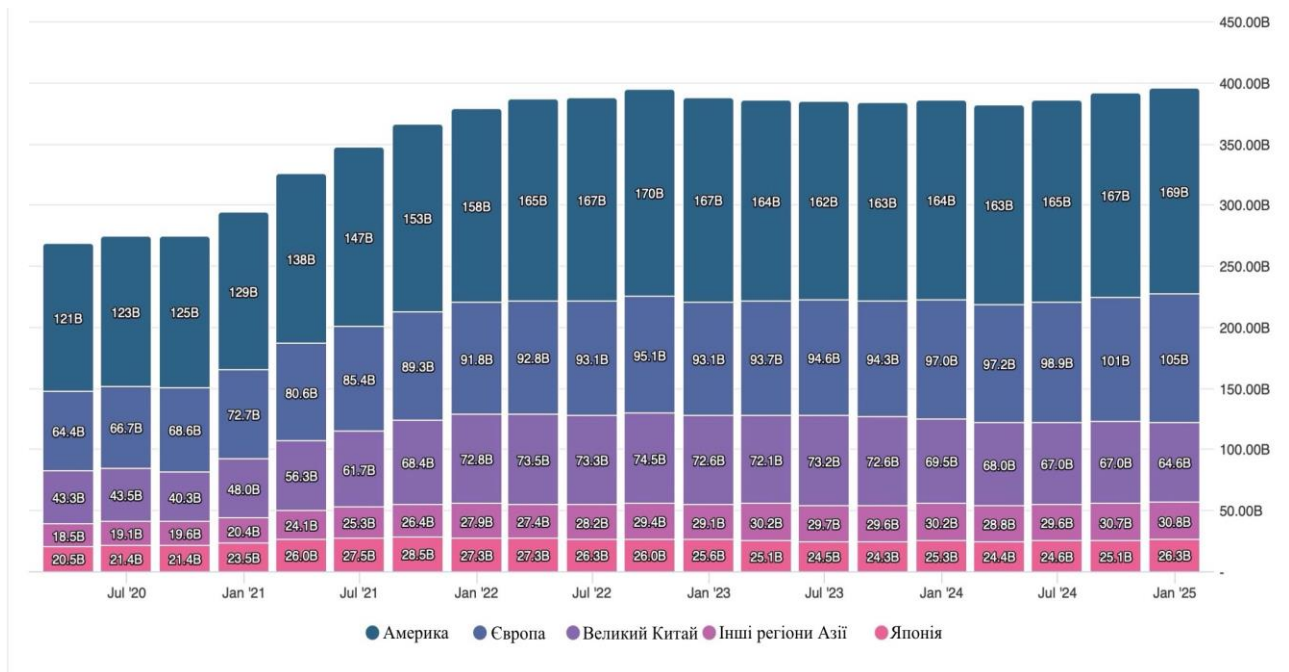


Рис. 2. Дохід компанії Apple за географічним принципом у 2020-2025 рр.

Джерело: [6]

У 2024 році Європа стала найбільш швидкозростаючим великим ринком Apple, де виручка зросла на 7,46% до \$101,33 млрд. Така траєкторія зростання контрастує з періодом 2022-2023 років, коли дохід стагнував на позначці 95 мільярдів доларів через несприятливі валютні умови та регуляторні виклики. Поява пристроїв з підтримкою Apple Intelligence у 4 кварталі 2024 року призвела до 12% послідовного зростання кількості оновлень iPhone, особливо в Німеччині та Великій Британії, де рівень впровадження 5G перевищив 80%. Доходи від послуг у Європі зросли на 18% у річному обчисленні у 2024 році завдяки монетизації App Store та підписці на пакет Apple One, на які зараз припадає 35% доходів від послуг у регіоні [5].

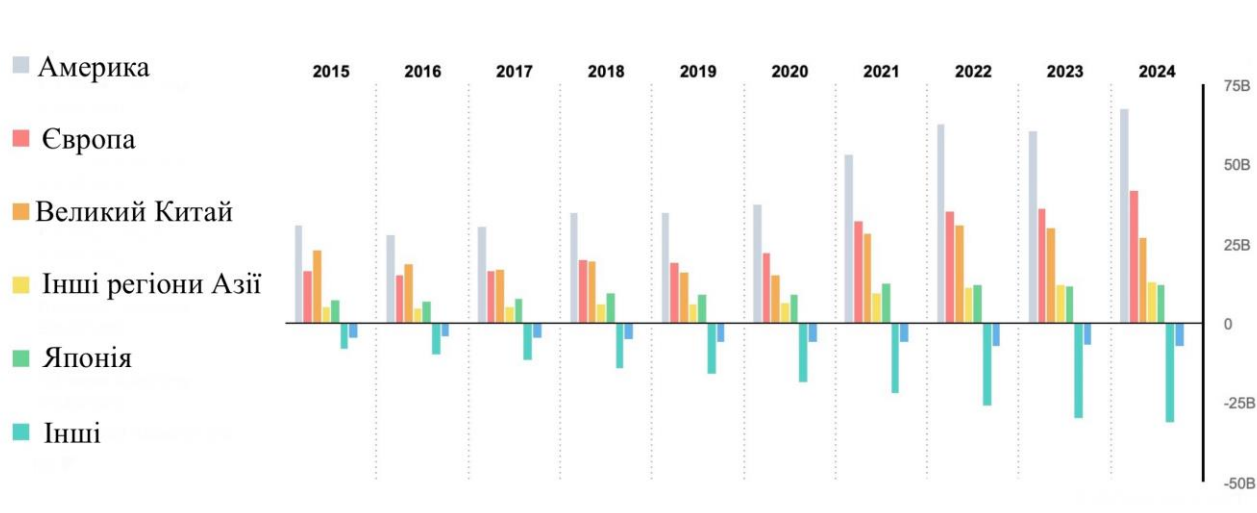


Рис. 3. Операційний дохід компанії Apple: розподіл за бізнес-сегментами

Джерело: [7]

Великий Китай (материковий Китай, Гонконг, Тайвань) є найбільш волатильним регіональним ринком Apple. Виручка досягла піку в \$74,47 млрд у 2022 році, а потім знизилася на 10,1% до \$66,95 млрд у 2024 році [6]. Це скорочення відображає посилення конкуренції з боку вітчизняних виробників, таких як Huawei і Xiaomi, які разом захопили 68% китайського ринку преміальних смартфонів у 2024 році порівняно з 54% у 2022 році [5]. Регуляторні обмеження щодо функцій Apple Intelligence ще більше ускладнили впровадження iPhone 16: лише 22% китайських клієнтів придбали моделі Pro порівняно з 38% у всьому світі [5]. Тим не менш, Apple зберігає міцні позиції на корпоративних ринках: продажі iPad і Mac зросли на 9% і 14% відповідно у 2024 році завдяки перехресним продажам через корпоративні партнерства [7].

Дохід Японії залишився відносно незмінним на рівні \$25,05 млрд у 2024 році (-3,28% порівняно з 2022 роком), зберігши частку в 6,3% від загального доходу [6]. Стабільність ринку маскує основний тиск на маржу: операційний дохід знизився з \$12,26 млрд у 2022 році до \$12,45 млрд у 2024 році, незважаючи на зростання середньомісячної ціни на iPhone на 4% [7]. Субсидії операторів, які покривають 60% вартості пристроїв в Японії, сповільнили цикл оновлення до 36 місяців - на 12 місяців довше, ніж у середньому по світу [8]. Зростання доходів від послуг на 8% у 2024 році, очолюване Apple Pay та Apple Music, частково компенсувало ерозію маржі апаратного забезпечення [5].

У решті країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону (за винятком Великого Китаю та Японії) виручка зросла на 4,35% до \$30,66 млрд у 2024 році. На Індію та Південно-Східну

Азію припало 70% цього зростання, а поставки iPhone збільшилися на 27% у порівнянні з попереднім роком у 2024 році [6]. Розширення роздрібною мережі Apple - 18 нових магазинів, відкритих в Індії, В'єтнамі та Індонезії з 2022 року - покращило впізнаваність бренду на ринках, де раніше 45% продажів припадало на сирій імпорт [8]. Однак нижчий середній показник (720 доларів проти 985 доларів у світі) та фінансові обмеження обмежують короткостроковий потенціал доходу [7].

У період з 2022 по 2024 рік Європа збільшила свою частку в доходах з 24,12% до 25,5%, тоді як частка Великого Китаю зменшилася з 18,82% до 16,8% [6]. Домінування Північної та Південної Америки дещо зменшилося (-1,02 відсоткових пункти), хоча вона залишається наріжним ринком для Apple. Ці зрушення корелюють із впливом валютних курсів - зростання курсу євро на 12% по відношенню до долара США у 2024 році додало 8,2 мільярда доларів до європейських доходів. І навпаки, знецінення юаня стерло \$3,1 млрд з доходів Великого Китаю, деномінованих у доларах США [7].

Незважаючи на коливання доходів, регіональна операційна маржа демонструє різні тенденції прибутковості. Маржа в Європі зросла з 35,23% у 2022 році до 41,79% у 2024 році завдяки оптимізації асортименту послуг. Маржа Великого Китаю скоротилася з 31,15% до 27,08% за той самий період, що відображає зростання маркетингових витрат і тарифів на компоненти. Японія зберегла найвищу маржу на рівні 49,7% у 2024 році завдяки партнерству з перевізниками, що знижує витрати на залучення клієнтів [7].

Розглядаючи регіональні тенденції по видах продукції, можна констатувати наступне. У першому кварталі 2025 року дохід від продажу iPhone знизився на 1% у всьому світі, приховуючи значні регіональні відмінності. У Великому Китаї дохід від продажу iPhone впав на 6%, тоді як у Європі зафіксовано 4% зростання завдяки впровадженню iPhone 16 Pro. В Америці спостерігався роздвоєний попит - корпоративні закупівлі iPhone зросли на 8%, але споживчі продажі впали на 3% через подовження циклу оновлення [6].

У першому кварталі 2025 року дохід від послуг досяг \$26,34 млрд (+14% р/р), при цьому регіональні темпи зростання становили від 8% в Японії до 22% в Індії [6]. Дохід від послуг в Європі зараз становить 19% від загального регіонального доходу, порівняно з 15% у 2022 році. Домінування App Store в Японії (45% доходів від послуг) контрастує з Великим Китаєм, де партнерство Tencent і Alibaba забезпечує 68% зростання послуг [8].

Виручка від продажу комп'ютерів Mac зросла на 15% у 2024 році, причому 40% продажів припало на освітні та корпоративні канали в Європі та Азії. 12% зростання виручки від продажу iPad було сконцентровано в Японії та решті країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, де рівень проникнення планшетів залишається нижчим за 45% [7].

Треба зазначити, що витрати на дотримання вимог Закону про цифрові ринки (DMA) в Європі сягнули 1,2 мільярда доларів у 2024 році, що вимагає реструктуризації App Store та iMessage [8]. У Китаї закони про локалізацію даних затримали розгортання Apple Intelligence, створивши 6-9-місячне відставання у функціоналі від світових моделей [6].

Список постачальників Apple на 2024 рік показує, що 25% компонентів тепер постачаються з Індії та В'єтнаму, що зменшує частку виробництва Великого Китаю з 47% до 38% [8]. Цей зсув збільшує логістичні витрати на 2,8 мільярда доларів щорічно [7].

Отже, географічний розподіл доходів Apple відображає складну взаємодію зрілості ринку, конкурентної динаміки та макроекономічних чинників. Хоча Америка залишається головним споживачем та формує більшу частину доходів, зростання частки Європи та потенціал Азіатсько-Тихоокеанського регіону свідчать про зміну пріоритетів. Здатність компанії долати регуляторні виклики в Китаї та Європі, одночасно отримуючи вигоду від зростання послуг, визначатиме її регіональний баланс до 2026 року. Запланувавши на 2025-2027 роки 66 мільярдів доларів інвестицій у дослідження та розробки, Apple має можливість враховувати регіональні особливості за допомогою локалізації продукції та партнерських моделей, забезпечуючи диверсифікацію та стійкість своєї глобальної бази доходів.

У свою чергу, Samsung Electronics, світовий лідер у галузі споживчої електроніки та напівпровідників, демонструє диверсифікований, але концентрований розподіл доходів на ключових географічних ринках. У 2024 році компанія повідомила про консолідований дохід у розмірі ₩300,9 трлн (приблизно \$206,86 млрд), зі значними внесками з Америки, Європи та Азійсько-Тихоокеанського регіону.

У 2024 році на Північну та Південну Америку припало 39% світового доходу Samsung, що зміцнило її позиції як найбільшого постачальника доходу. Дохід цього регіону у розмірі \$80,7 млрд відображає високий попит на смартфони, напівпровідники та побутову техніку. Незважаючи на незначне зниження частки ринку смартфонів з 28,8% до 23,1% в період з січня 2023 року по січень 2024 року, Samsung зберіг домінування в сегментах преміальних телевізорів і побутової техніки, захопивши 30% американського ринку телевізорів. Зростання виручки в Америці (+4%) відбулося завдяки корпоративним рішенням, включаючи хмарну інфраструктуру та мережеве обладнання 5G, що компенсувало слабший попит на споживчу електроніку[9].

Європа забезпечила 17% (\$35,2 млрд) доходу Samsung у 2024 році порівняно з 16% у 2023 році. Стабільність регіону зумовлена диверсифікацією продуктів:

- смартфони: частка ринку стабілізувалася на рівні ~31%, незважаючи на конкуренцію з боку китайських брендів, таких як Xiaomi;
- напівпровідники: продажі автомобільних чіпів зросли на 22% завдяки партнерству з європейськими автовиробниками;
- побутова техніка: продажі холодильників та пральних машин преміум-класу зросли на 12% завдяки енергоефективним моделям.

В той же час, дотримання вимог Закону ЄС про цифрові ринки (DMA) коштувало Samsung близько \$450 млн у 2024 році, що насамперед позначилося на доходах від магазинів додатків і сервісів [9].

Великий Китай згенерував 15% (\$31,0 млрд) доходу Samsung, порівняно з 18% у 2023 році. Це зниження відображає:

- перерозподіл ринку смартфонів: Huawei та Xiaomi захопили 65% китайського сегменту преміальних смартфонів, зменшивши частку Samsung до 9%;
- обмеження на експорт напівпровідників: торговельна політика США та Китаю обмежила продаж мікросхем Samsung китайським технологічним компаніям, що коштувало близько \$2,1 млрд недоотриманих доходів.

На противагу цьому, продажі дисплейних панелей Samsung китайським виробникам смартфонів зросли на 8% завдяки впровадженню OLED-дисплеїв [9].

Південна Корея забезпечила 13% (\$26,9 млрд) доходу Samsung, що на 5% менше, ніж у минулому році внаслідок дії таких чинників:

- насиченість внутрішнього ринку смартфонами: 89% проникнення призвело до того, що продажі не змінилися порівняно з попереднім роком, незважаючи на рекламу 5G-пристроїв;
- регуляторні перевірки: антимонопольні штрафи на загальну суму \$320 млн вплинули на прибутковість напівпровідникового підрозділу.

Разом з тим інвестиції в дослідження і розробки в галузі штучного інтелекту та робототехніки в штаб-квартирі Suwon зросли на 14%, що має на меті відродити доходи, зумовлені інноваціями [9].

Решта 16% (\$33,1 млрд) доходів надійшли з Південно-Східної Азії, Індії та інших ринків Азійсько-Тихоокеанського регіону завдяки:

- посилення виробничої ролі В'єтнаму: в'єтнамські заводи Samsung згенерували 25% світового доходу (\$62,5 млрд), в основному завдяки експорту смартфонів до 128 країн, однак прибуток від в'єтнамських операцій впав на 11,4% через зростання вартості робочої сили і тарифів [10];

- зростання споживання в Індії: доходи від продажу смартфонів зросли на 18% у річному обчисленні, причому Samsung захопив 21% ринку завдяки бюджетним пристроям серії Galaxy A [11].

В цілому динаміка структури доходу компанії Samsung за 2023-2024 рр. наведена на рис. 4.

Отже, розподіл доходів Apple і Samsung на світових ринках відображає різні стратегії, динаміку ринку та вподобання споживачів. У той час як Apple використовує преміальні ціни та лояльність до бренду, Samsung отримує вигоду від диверсифікованого продуктового портфелю та масштабу виробництва.

Apple домінує в Північній Америці, отримуючи 75,6% (\$169,66 млрд) доходів від продажу смартфонів. Вищі середні ціни продажу на iPhone (\$985 проти \$720 у Samsung) сприяють зростанню доходів, незважаючи на менші обсяги поставок. Сервіси (Apple Music, iCloud) приносять 22% регіонального доходу, посилюючи стійкість екосистеми.

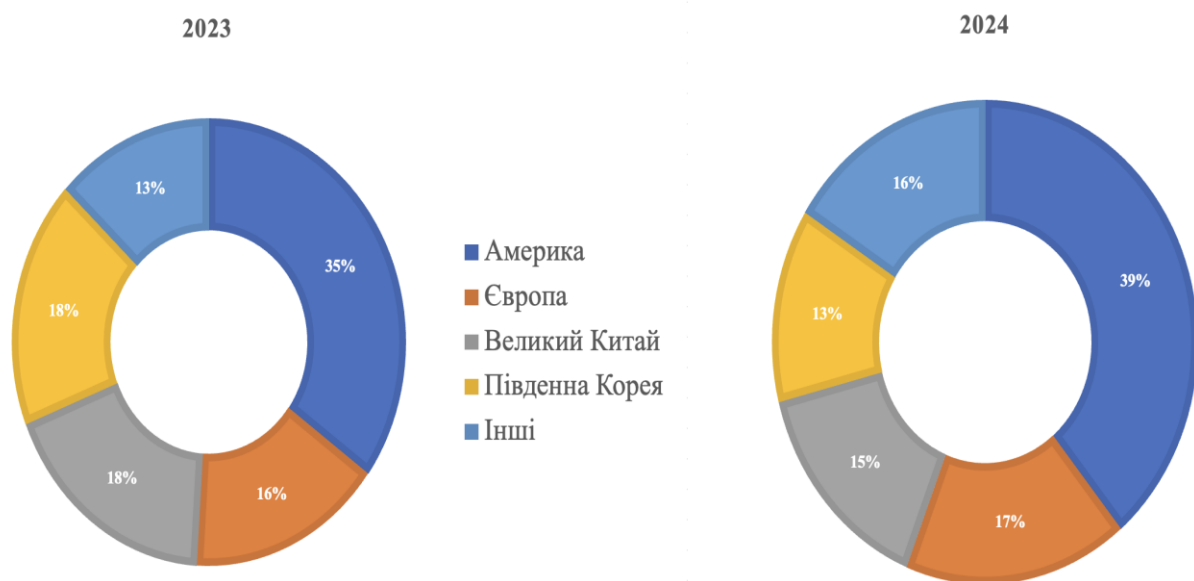


Рис. 4. Структура доходу компанії Samsung в регіональному розрізі

Джерело: сформовано за даними [9-11]

Samsung у свою чергу згенерував 39% світового доходу (\$80,7 млрд) в Америці у 2024 році, зосередившись на пристроях 5G середнього класу та контрактах B2B. Конкуренентоспроможність у сфері корпоративних рішень (хмарна інфраструктура, обладнання 5G) компенсує слабший попит на споживчу електроніку. Отже в Америці домінування Apple у доходах зумовлене преміалізацією, в той час як Samsung покладається на великі обсяги та диверсифіковані сегменти B2B.

Apple забезпечує 57% (\$101,33 млрд) доходів від продажу смартфонів у Західній Європі (2024 рік), відповідно до застарілих тенденцій. Витрати на дотримання вимог DMA становлять 450 млн євро, але компанія зберігає цінову владу завдяки пристроям зі штучним інтелектом (наприклад, iPhone 16 Pro). Samsung отримав 17% (\$35,2 млрд) доходу в Європі у 2024 році завдяки автомобільним напівпровідникам (+22% р/р) та енергоефективній техніці.

Частка ринку смартфонів стабілізувалася на рівні 31%, незважаючи на вторгнення Хіаомі. Лояльність екосистеми Apple проти B2B-партнерства Samsung визначає регіональний розподіл.

Висновки та пропозиції. Проведене дослідження свідчить про те, що регіональна диверсифікація доходів глобальних технологічних компаній є важливим чинником забезпечення фінансової стійкості та конкурентоспроможності в умовах трансформації глобальних ринків. Порівняльний аналіз компаній Apple і Samsung продемонстрував різні підходи до географічного розподілу доходів, адаптації до регуляторних умов, споживчих вподобань та ризиків регіонального середовища. Apple зосереджується на преміальному сегменті та розвитку сервісів, забезпечуючи високу маржинальність у розвинених регіонах, тоді як Samsung спирається на масштаб виробництва, диверсифікований продуктивний портфель та B2B-сегмент. Стратегічне перерозподілення виробничих потужностей, інвестиції у локалізацію та адаптацію до місцевого законодавства дозволяють обом корпораціям зберігати баланс між прибутковістю та ринковим охопленням. Таким чином, регіональна стратегія доходів повинна базуватися на гнучкості, аналітичній чутливості до регіональних викликів та здатності до інноваційної трансформації у відповідь на глобальні зміни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Yanyan Li Analysis of Regional Economic Development Differences Based on Intelligent Hybrid Algorithm. *Cognitive Computing Solutions for Complexity Problems in Computational Social Systems*. 2021. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2021/6666463> (дата звернення: 05.03.2025).
2. Wenken Tan, Yanyan Lv Regional Economic Differences and Coordinated Development Based on Panel Data Model. *Fusion of Big Data Analytics, Machine Learning and Optimization Algorithms for Internet of Things*. 2022 URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2022/3901720> (дата звернення: 05.03.2025).
3. Zhiming Sun, Xianglong Chen, Hanfa Xing, Hongtao Ma, Yuan Meng Regional differences in socioeconomic trends: The spatiotemporal evolution from individual cities to a megacity region over a long time series. *PLOS ONE*. 2020. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7751963/> (дата звернення: 05.03.2025).
4. Bull Fincher, Apple's Revenue by Region 2024. URL: <https://www.bullfincher.io/companies/apple/revenue-by-geography> (дата звернення: 05.03.2025).
5. Apple's Earnings Top Estimates as Services Revenue Grows, But iPhone Sales Fall Short. By Andrew Kessel, January 30, 2025. URL: <https://www.investopedia.com/apple-earnings-q1-fy-2025-8782696> (дата звернення: 06.03.2025).
6. Stock Analysis, Apple Revenue by Geography 2025. URL: <https://stockanalysis.com/stocks/aapl/metrics/revenue-by-geography/> (дата звернення: 05.03.2025).
7. Market Screener. URL: <https://www.marketscreener.com/quote/stock/APPLE-INC-4849/finances-segments/> (дата звернення: 06.03.2025).
8. Apple's 5 most profitable business regions (AAPL), by L. Adam Rothman. September 18, 2022. URL: <https://www.investopedia.com/articles/markets/031316/apples-5-most-profitable-lines-business-aapl.asp> (дата звернення: 06.03.2025).
9. Samsung Statistics By Smartphone Shipment, Manufacturing Location and Facts. by Joseph D'Souza URL: <https://www.coolest-gadgets.com/samsung-statistics/> (дата звернення: 06.03.2025).
10. 58% of Samsung smartphone revenue comes from Vietnam: PM, NOV 25, 2019. URL: <https://hanoitimes.vn/58-of-samsung-smartphones-revenue-come-from-vietnam-production-facilities-pm-300270.html> (дата звернення: 06.03.2025).
11. Samsung's profit falls in Vietnam, doubles globally in 2024. by Tri Duc, Thu, February 20, 2025 URL: <https://theinvestor.vn/samsungs-profit-falls-in-vietnam-doubles-globally-in-2024-d14584.html> (дата звернення: 06.03.2025).

REFERENCES

1. Yanyan, Li, (2021). Analysis of Regional Economic Development Differences Based on Intelligent Hybrid Algorithm. *Cognitive Computing Solutions for Complexity Problems in Computational Social Systems*, available at:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2021/6666463> (Accessed 05 March 2025).

2. Wenken Tan, Yanyan Lv, (2022). Regional Economic Differences and Coordinated Development Based on Panel Data Model. *Fusion of Big Data Analytics, Machine Learning and Optimization Algorithms for Internet of Things*, available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2022/3901720> (Accessed 05 March 2025).

3. Zhiming Sun, Xianglong Chen, Hanfa Xing, Hongtao Ma, Yuan Meng, (2020). Regional differences in socioeconomic trends: The spatiotemporal evolution from individual cities to a megacity region over a long time series. *PLOS ONE*, available at: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7751963/> (Accessed 05 March 2025).

4. Bull Fincher, (2024). Apple's Revenue by Region, available at: <https://www.bullfincher.io/companies/apple/revenue-by-geography> (Accessed 05 March 2025).

5. Apple's Earnings Top Estimates as Services Revenue Grows, But iPhone Sales Fall Short. By Andrew Kessel, January 30, 2025. available at: <https://www.investopedia.com/apple-earnings-q1-fy-2025-8782696> (Accessed 06 March 2025).

6. Stock Analysis, Apple Revenue by Geography, (2025), available at: <https://stockanalysis.com/stocks/aapl/metrics/revenue-by-geography/> (Accessed 05 March 2025).

7. Market Screener, available at: <https://www.marketscreener.com/quote/stock/APPLE-INC-4849/finances-segments/> (Accessed 06 March 2025).

8. Apple's 5 most profitable business regions (AAPL), by L. Adam Rothman. September 18, 2022. available at: <https://www.investopedia.com/articles/markets/031316/apples-5-most-profitable-lines-business-aapl.asp> (Accessed 06 March 2025).

9. Samsung Statistics By Smartphone Shipment, Manufacturing Location and Facts. by Joseph D'Souza, available at: <https://www.coolest-gadgets.com/samsung-statistics/> (Accessed 06 March 2025).

10. 58% of Samsung smartphone revenue comes from Vietnam: PM, NOV 25, 2019, available at: <https://hanoitimes.vn/58-of-samsung-smartphones-revenue-come-from-vietnam-production-facilities-pm-300270.html> (Accessed 06 March 2025).

11. Samsung's profit falls in Vietnam, doubles globally in 2024. by Tri Duc, Thu, February 20, 2025, available at: <https://theinvestor.vn/samsungs-profit-falls-in-vietnam-doubles-globally-in-2024-d14584.html> (Accessed 06 March 2025).

George Kovbatiuk, PhD

(Senior Lecturer of Department of Theoretical and Applied Economics, State University of Infrastructure and Technologies)

REGIONAL DIVERSIFICATION OF GLOBAL TECHNOLOGY COMPANIES' REVENUES: A COMPARATIVE ANALYSIS OF APPLE AND SAMSUNG

The study of the geographical distribution of revenues of leading multinational technology corporations, such as Apple and Samsung, is highly relevant in the context of the transformation of global markets and changes in consumer preferences. Therefore, the purpose of the article is to study the structure and dynamics of revenues of leading technology corporations by geographical regions, and to identify the key factors affecting the regional distribution of revenues.

The analysis of these companies' revenues by region, namely, America, Europe, Greater China, Japan and other regions, not only demonstrates differences in the geographical structure of revenues, but also reflects varying degrees of dependence on individual markets, adaptation to the regulatory environment and the ability to operate sustainably in the turbulent global economy.

The geographic distribution of Apple's revenues reflects a complex interplay of market maturity, competitive dynamics, and macroeconomic factors. While the Americas remain the top consumer and generate the majority of revenues, the growing share of Europe and the potential of Asia Pacific indicate a shift in priorities. Samsung Electronics, a global leader in consumer electronics and semiconductors, demonstrates a diversified but concentrated revenue distribution in key geographic markets.

A comparative analysis of Apple and Samsung demonstrates different approaches to the geographic distribution of revenues, adaptation to regulatory conditions, consumer preferences, and regional environment risks. Apple focuses on the premium segment and the development of services, ensuring high margins in developed regions, while Samsung relies on the scale of production, diversified product portfolio and B2B segment. Strategic redeployment of production capacities, investments in localization and adaptation to local legislation allow both corporations to maintain a balance between profitability and market coverage. Thus, a regional revenue strategy should be based on flexibility, analytical sensitivity to regional challenges, and the ability to innovate in response to global changes.

Keywords: *multinational corporations, technological development, comparative analysis, global markets, regional income diversification.*

Стаття прийнята до друку 10 березня 2025 року