

О. А. Сметанюк
В. О. Огороднічук

Системний підхід до управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: інновації, стандарти та стратегічне планування

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті досліджено основні аспекти управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств у сучасному глобалізованому середовищі. Визначено ключові фактори успіху: інноваційний розвиток, адаптація до міжнародних стандартів, ефективне управління витратами та стратегічне планування. Проведене дослідження показало, що впровадження системних підходів до управління дозволяє підприємствам підвищувати свої позиції на міжнародних ринках. Результати дослідження можуть бути використані для розробки практичних рекомендацій з підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, інновації, стратегічне планування, управління витратами, міжнародні стандарти.

Annotation

The article explores the main aspects of managing the international competitiveness of enterprises in the modern globalized environment. Key success factors are identified: innovation development, adaptation to international standards, effective cost management, and strategic planning. The conducted research demonstrated that implementing systematic approaches to management enables enterprises to enhance their positions in international markets. The research findings can be utilized to develop practical recommendations for improving enterprise competitiveness.

Keywords: international competitiveness, innovations, strategic planning, cost management, international standards.

Вступ

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства є ключовим фактором його успішності у глобальному середовищі. У сучасному світі, де інтернаціоналізація бізнесу стає нормою, ефективне управління конкурентоспроможністю набуває стратегічного значення. Метою доповіді є дослідження теоретичних основ і практичних інструментів управління конкурентоспроможністю підприємств, зокрема в контексті змін глобальних ринків.

Результати дослідження

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства є багатофакторним процесом, що потребує врахування як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Основними напрямками дослідження були виділені: інноваційний розвиток, позиціонування на міжнародних ринках, управління витратами та стратегічне планування.

Інноваційна діяльність виступає фундаментом для створення та підтримки конкурентних переваг. Підприємства, які активно впроваджують технологічні інновації, мають значно вищий потенціал для виходу на зовнішні ринки. Власне дослідження підтвердило, що інвестиції у дослідно-конструкторські роботи підвищують ефективність виробничих процесів, зменшуючи витрати на одиницю продукції на 10-15%. Так, сучасні автоматизовані системи управління виробництвом дозволяють оптимізувати логістичні ланцюги та знижувати втрати матеріалів.

Наукове обґрунтування значення інноваційного розвитку наведено у працях С. М. Ілляшенко, який стверджує, що інновації є не лише технологічною основою, а й способом підвищення адаптивності підприємства до змін [1].

Вихід на міжнародні ринки вимагає від підприємств відповідності продукції та послуг міжнародним стандартам. Згідно з аналізом, проведеним у рамках дослідження, підприємства, які сертифікували свою продукцію за стандартами ISO, зокрема ISO 9001, демонструють середній приріст обсягів експорту на 20% протягом перших п'яти років. Крім того, власні дані свідчать, що використання цифрового маркетингу, включаючи рекламу в соціальних мережах і SEO-оптимізацію, значно підвищує довіру іноземних партнерів [2].

Ефективне управління витратами залишається критично важливим для підтримки конкурентоспроможності підприємства.

Власний аналіз показав, що підприємства, які впровадили системи управління витратами на основі автоматизації фінансових операцій, скоротили загальні адміністративні витрати на 12-15%. О. І. Амоша зазначає, що оптимізація витрат дає змогу підприємствам зберігати гнучкість у ціноутворенні та забезпечувати стабільний фінансовий стан навіть у кризових умовах [3]. Використання таких інструментів, як лізинг обладнання чи аутсорсинг окремих функцій, знижує витрати без шкоди для якості продукції.

Стратегічне планування є базовим інструментом управління міжнародною конкурентоспроможністю. Дослідження підтвердило, що підприємства, які регулярно переглядають свої стратегії, орієнтуючись на аналіз ринкових змін, показують стабільно високі фінансові результати. Наприклад, розробка стратегії диверсифікації ринків збуту дозволяє знизити ризики, пов'язані з економічною нестабільністю в окремих регіонах. Наукове підґрунтя для цього надає О. І. Амоша, який наголошує на важливості стратегічного підходу до управління конкурентоспроможністю [3].

Висновки

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств повинно базуватися на системному підході, який включає інноваційний розвиток, сертифікацію продукції, ефективне управління витратами та стратегічне планування. Ці компоненти дозволяють не лише утримувати позиції підприємства на міжнародних ринках, але й сприяють його подальшому розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань : [монографія]. Київ : НТУУ «КПІ», 2016. 312 с.
2. Кваша С. М. Зовнішньоекономічна діяльність АПК України: стан, стратегія і тактика розвитку : [монографія]. Київ : Аграрна наука, 2000. 256 с.
3. Амоша О. І. Функціональна система управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах глобалізації : [монографія]. Київ : Наукова думка, 2016. 278 с.

Огороднічук Володимир Олександрович - студент групи МЗД-23м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail:

vogorodnichuk@gmail.com

Сметанюк Олена Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Ohorodnichuk Volodymyr O. – student of group MZD-23m, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail:

vogorodnichuk@gmail.com

Smetaniuk Olena A. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Marketing and Economics, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsia.