

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено шляхи підвищення ефективності міжнародної діяльності підприємства. Проаналізовано ключові фактори впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємства, визначено основні проблеми та запропоновано напрями їх вирішення. Обґрунтовано роль логістики, маркетингових стратегій та цифровізації у підвищенні ефективності міжнародної діяльності. Особливу увагу приділено питанням розвитку експортної діяльності, оптимізації міжнародних логістичних процесів та адаптації підприємства до змін глобального ринку. Також досліджено вплив сучасних цифрових технологій на підвищення конкурентоспроможності підприємства у міжнародному середовищі.

Ключові слова: міжнародна діяльність, зовнішньоекономічна діяльність, ефективність, експорт, логістика, конкурентоспроможність.

Abstract

The paper examines ways to improve the efficiency of international activities of an enterprise using the example of Solodka Mriya. The key factors influencing foreign economic activity are analyzed, main problems are identified, and ways to solve them are proposed. The role of logistics, marketing strategies and digitalization in improving efficiency is substantiated. Particular attention is paid to the development of export activities, optimization of international logistics processes, and adaptation of the enterprise to changes in the global market. The influence of modern digital technologies on increasing the competitiveness of the enterprise in the international environment is also investigated.

Keywords: international activity, foreign economic activity, efficiency, export, logistics, competitiveness.

Вступ

У сучасних умовах глобалізації міжнародна діяльність підприємств відіграє ключову роль у забезпеченні їхнього розвитку та конкурентоспроможності. Для українських підприємств, зокрема харчової галузі, вихід на зовнішні ринки є важливим джерелом зростання доходів, розширення ринків збуту та зміцнення позицій у міжнародному економічному середовищі. Активізація зовнішньоекономічної діяльності сприяє залученню інвестицій, впровадженню сучасних технологій та підвищенню якості продукції відповідно до міжнародних стандартів.

Разом із тим розвиток міжнародної діяльності супроводжується низкою викликів, серед яких особливе значення мають високий рівень конкуренції, складність логістичних процесів, зміни митного та податкового регулювання, а також нестабільність зовнішнього економічного середовища. У сучасних умовах підприємства повинні адаптуватися до глобальних ринкових тенденцій, удосконалювати маркетингові стратегії, оптимізувати логістичні процеси та впроваджувати цифрові технології для забезпечення ефективної міжнародної діяльності.

Виклад матеріалу

Ефективність міжнародної діяльності підприємства визначається комплексом факторів, серед яких ключову роль відіграють конкурентоспроможність продукції, логістична система та маркетингова стратегія [1]. Важливе значення також мають фінансова стійкість підприємства, рівень інноваційності та здатність швидко реагувати на зміни міжнародного ринку. Саме поєднання цих складових дозволяє підприємству забезпечувати стабільний розвиток і розширювати присутність на зовнішніх ринках.

Однією з основних проблем є висока конкуренція на міжнародних ринках, особливо у сегменті харчової продукції. Для її подолання підприємству необхідно підвищувати якість продукції,

впроваджувати міжнародні стандарти (ISO, НАССР) та адаптувати асортимент до вимог споживачів різних країн [2]. Водночас важливим є забезпечення відповідності продукції міжнародним вимогам безпеки та якості, що сприяє формуванню позитивної репутації підприємства на зовнішніх ринках.

Важливим напрямом підвищення ефективності є оптимізація логістичних процесів. Рациональна організація транспортування, використання мультимодальних перевезень та оптимізація маршрутів дозволяють зменшити витрати і скоротити терміни доставки продукції [3]. Крім того, ефективна логістика забезпечує стабільність поставок, підвищує рівень обслуговування клієнтів та сприяє зміцненню партнерських відносин із міжнародними контрагентами.

Окрему увагу слід приділити цифровізації міжнародної діяльності. Використання електронних торговельних платформ, CRM- та ERP-систем дозволяє підприємству ефективніше управляти експортними операціями, аналізувати ринки та взаємодіяти з партнерами [4]. Впровадження цифрових технологій також сприяє автоматизації бізнес-процесів, підвищенню швидкості обробки інформації та покращенню управлінських рішень.

Маркетингова складова також є важливим чинником. Формування бренду, участь у міжнародних виставках, використання цифрового маркетингу та просування продукції на зовнішніх ринках сприяє підвищенню впізнаваності підприємства [1]. Ефективна маркетингова стратегія дозволяє краще вивчати потреби іноземних споживачів, формувати конкурентні переваги та розширювати географію експорту.

Серед інших шляхів підвищення ефективності міжнародної діяльності доцільно виділити диверсифікацію ринків збуту, розвиток партнерських відносин із міжнародними дистриб'юторами, зниження логістичних витрат та впровадження інноваційних технологій у виробництві. Важливим аспектом також є підвищення гнучкості підприємства та його здатності швидко адаптуватися до змін зовнішнього економічного середовища.

Висновки

Таким чином, підвищення ефективності міжнародної діяльності підприємства потребує комплексного підходу, що включає вдосконалення логістики, підвищення якості продукції, розвиток маркетингових стратегій та цифровізацію бізнес-процесів. Важливу роль у цьому процесі відіграють адаптація до міжнародних стандартів, оптимізація витрат та використання сучасних інформаційних технологій.

Реалізація запропонованих заходів дозволить підприємствам зміцнити позиції на міжнародному ринку, підвищити конкурентоспроможність та забезпечити стабільне економічне зростання. Крім того, ефективна міжнародна діяльність сприятиме розширенню ринків збуту, підвищенню експортного потенціалу та покращенню фінансових результатів підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 15th ed. Pearson, 2016.
2. ISO Standards [Електронний ресурс]. URL: <https://www.iso.org> (дата звернення: 13.04.2026).
3. Christopher M. Logistics and Supply Chain Management. London: Pearson, 2016.
4. OECD. Digital Transformation of Trade [Електронний ресурс]. URL: <https://www.oecd.org> (дата звернення: 13.04.2026).

Давидюк Людмила Петрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: keletckaya@gmail.com

Внученко Максим Іванович – студент групи П-226, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: maksnovikov03@gmail.com

Davydiuk Liudmyla Petrivna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: keletckaya@gmail.com

Vnuchenko Maksym Ivanovych – student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: maksnovikov03@gmail.com