

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ

STRATEGIC DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS ACTIVITIES BASED ON INNOVATIONS

Стаття присвячена аналізу стратегічного розвитку міжнародної діяльності підприємства на основі інноваційних рішень, що є важливою складовою їх успішного та прибуткового функціонування. Проаналізовано поняття розвитку міжнародної діяльності підприємств, переваги які надає даний вид діяльності після її впровадження, а також позитивні та негативні фактори впливу. Також досліджено можливі стратегії розвитку міжнародної діяльності підприємств, а саме: інноваційну, диверсифікаційну, кооперативну та глобалізаційну. Особливу увагу приділено інноваціям як ключовому інструменту забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємства. Описано механізми впровадження інновацій у стратегії міжнародної діяльності, зокрема розробка нових продуктів, застосування цифрових технологій та оптимізація бізнес-процесів.

Ключові слова: міжнародна діяльність, інновації, ефективність діяльності підприємства, експорт, міжнародний ринок, прибуток.

This article provides an in-depth analysis of the strategic development of international business activities based on innovations, which are considered a crucial element of the successful and sustainable operation of modern enterprises. The study begins by examining the concept of international business activity development and its significance in ensuring the competitiveness of companies in the global marketplace. The advantages of engaging in international business activities are highlighted, alongside a comprehensive evaluation of the positive and negative factors influencing their development. These factors include economic, political, and technological aspects, which play a significant role in shaping the operational environment for enterprises seeking to expand their activities across borders. The article also delves into the potential strategies that enterprises can adopt to facilitate the effective development of their international operations. These strategies include market penetration, diversification, and strategic alliances, each of which is analyzed in the context of dynamic and competitive global markets. Special emphasis is placed on the critical role of innovations as a core tool for driving business growth, improving efficiency, and achieving long-term sustainability. The study highlights the mechanisms through which innovations can be successfully integrated into the strategic framework of international business activities. These mechanisms include the development of cutting-edge products tailored to global market needs, the adoption of advanced digital technologies to streamline operations, and the optimization of business processes to reduce costs and improve service delivery. The findings underline the necessity for enterprises to continuously monitor global trends and adopt a proactive approach to integrating innovative solutions into their strategies. By doing so, companies can not only enhance their competitive positioning but also contribute to achieving sustainable economic growth in an increasingly interconnected world.

Keywords: international activities, innovations, enterprise performance efficiency, export, international market, profit.

УДК: 339.9:658.5:658.8

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct81-25>

Дунська А.Р.¹

д.е.н., професор,
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Кіпень С.С.²

студентка,
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Dunska Alla

National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Kipen Svitlana

National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Постановка проблеми: В сучасному, швидкоплинному світі, коли світова економіка та міжнародні ринки розвиваються з дуже великою швидкістю, стратегічний розвиток міжнародної діяльності підприємства є невід'ємною складовою його ефективного та прибуткового функціонування. Вихід на міжнародні ринки відкриває перед підприємствами нові можливості, такі збільшення обсягів продажів та прибутку, підвищення конкурентоспроможності та впізнаваності бренду на міжнародній арені.

Застосування інновацій у процесі розвитку міжнародної діяльності підприємства є важливим інструментом для досягнення його довгострокових стратегічних цілей та закріплення високих позицій на міжнародних ринках. Саме тому питання розробки та впровадження стратегічних напрямків розвитку міжнародної діяльності підприємства на основі впровадження інноваційних рішень потребує детального вивчення.

Аналіз основних досліджень і публікацій:

Дослідженням питань стратегічного розвитку міжнародної діяльності підприємств на основі інновацій займалися Тарасенко С.В., Петрушенко Ю.М., Смоляр Л. Г. та інші. Проте, в сучасних умовах стрімкого розвитку міжнародного ринку та інноваційних рішень, які можуть застосовуватися на ньому, дане питання потребує постійного вивчення та аналізу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми:

Незважаючи на значний науковий і практичний інтерес до питань стратегічного розвитку міжнародної діяльності підприємств, залишаються питання, які потребують додаткового дослідження. Насамперед, додаткового вивчення потребують інноваційні рішення, які допоможуть підприємству успішно розвивати свою діяльність у світових масштабах, адже в умовах стрімкого розвитку міжнародних ринків, інноваційні підходи також потрібно адаптувати до нових умов.

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8623-4507>

² ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-7340-6392>

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження стратегічного розвитку міжнародної діяльності підприємства на основі інновацій, а саме: переваги, позитивні та негативні фактори впливу, стратегії розвитку та роль інновацій у даному процесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження змісту міжнародної діяльності підприємств показало, що у публікаціях, зокрема у праці Тарасенка Сергія та Петрушенка Юрія [1], вона визначається як комплексна система економічних, комерційних, фінансових, логістичних та інших взаємодій, спрямованих на забезпечення участі підприємства в світовому економічному просторі.

На наш погляд, з урахуванням дослідження особливостей та різних контекстів здійснення міжнародної діяльності, на основі аналізу наукової літератури, варто розширити та певним чином поглибити поняття розвитку міжнародної діяльності підприємства і визначити цей процес як комплекс стратегічних дій суб'єкта господарювання, спрямованих на розширення бізнесу за межами кордону, які здійснюються з метою залучення нових споживачів, партнерів, ресурсів та можливостей, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності, ефективності, впізнаваності, іміджу, а головне – доходів підприємства.

Хоча розвиток міжнародної діяльності підприємства є досить складним процесом, проте дуже важливим для ефективного функціонування. Адже надає ряд суттєвих переваг для підприємств, які раніше були зорієнтовані на внутрішній ринок, а саме це:

- розширення ринків збуту;
- підвищення конкурентоспроможності;
- можливість розвитку та впровадження інновацій;
- фінансові можливості (додаткові фінансові ресурси);
- більші ресурсні можливості;
- економія на масштабі;
- репутація та бренд.

Отже, підсумовуючи важливість розвитку міжнародної діяльності підприємства, можна сказати, що він є першочерговою стратегічною ціллю кожного перспективного зорієнтованого підприємства, адже сприяє досягненню довгострокового економічного успіху на глобальному рівні.

Розвиток міжнародної діяльності та міжнародні операції підприємства в цілому, в процесі свого функціонування зіштовхуються з різними факторами впливу, які в свою чергу можуть чинити як сприятливий, та і несприятливий клімат. Це залежить від різних чинників, таких як ринок функціонування, економічна та політична система країни розвитку, тощо. Тому проаналізуємо позитивні та негативні фактори впливу на міжнародну діяльність підприємства.

До позитивних факторів впливу науковці, зокрема А. І. Боярчук [2], відносять наступні:

1. *Економічний розвиток та економічна стабільність країни-партнера та її ринків.* Країни з вищим рівнем економічного розвитку є більш сприятливими для розвитку міжнародної діяльності, оскільки в них спостерігається вищий рівень доходів населення, споживачі є платоспроможними, що зумовлює постійне зростання попиту на нові товари та послуги.

2. *Лібералізація торгівлі.* Зменшення торговельних бар'єрів, таких як мита та квоти, між країнами, а також підписання угод про вільну торгівлю, спрощують вихід підприємств на нові ринки та дають змогу здійснювати міжнародні операції.

3. *Інновації.* Розвиток продуктових, процесних, маркетинговий та організаційних інновацій значного полегшує здійснення міжнародних операцій, дозволяючи удосконалювати виробництво, ефективно керувати каналами розподілу, залучати нових споживачів та розвивати бізнес у будь-яких частинах світу.

4. *Імідж країни-походження виробника продукції.* Продукція підприємства буде користуватися вищим попитом на закордонному ринку, якщо країна-виробник має гарну репутацію на міжнародній арені, тобто характеризується економічною стабільністю та високими стандартами якості продукції.

До негативних факторів впливу віднесемо наступні:

1. *Політична нестабільність.* Політичні та воєнні конфлікти, недовіра до уряду, народні мітинги та стайки негативно впливають на розвиток міжнародної діяльності, оскільки знижується можливість об'єктивно оцінити економічні можливості ринку та підвищується ризик нерентабельності інвестицій [2].

2. *Торговельні бар'єри.* Деякі країни встановлюють високі квоти, мита та податки, що значно збільшує витрати необхідні для провадження міжнародної діяльності, унеможливаючи вихід маленьких підприємств на світову арену [8].

3. *Законодавчі норми.* В кожній країні є власне законодавство та норми, щодо ведення бізнесу. Відмінності в податкових, екологічних нормах та стандартах якості ускладнюють вихід підприємств на міжнародні ринки [2].

4. *Логістика.* Міжнародна діяльність підприємства, що пов'язана з доставкою товарів на закордонні ринки, може стикатися з такими труднощами як затримки на кордоні, дороговартісне паливо, проблеми з пошуком транспорту, що в свою чергу впливає на терміни та високу вартість доставки [2].

Міжнародна діяльність підприємства передбачає розробку стратегії проникнення підприємства на міжнародний ринок та утримання високих позицій на ньому.

Стратегії, як інструмент для забезпечення розвитку міжнародної діяльності підприємства, можуть бути різними, залежно від мети, яку ставить перед собою підприємство та способу її досягнення. Зогляду на це, розглянемо основні види стратегій розвитку міжнародної діяльності підприємства.

1. Інноваційна стратегія

Дана стратегія передбачає вихід на нові ринки та залучення ще більшої кількості споживачів, за рахунок пропозиції нових, унікальних товарів чи послуг, які мають в своїй основі інноваційну складову та раніше не були представлені на ринку. Інновації можуть стосуватися вигляду продукції, способу виробництва, особливих функцій, якості, тощо [3].

Також інноваційна стратегія може стосуватися не безпосередньо продукту підприємства, а його бізнес-моделі. Тобто вона може передбачати новітні способи збуту продукції, такі як онлайн-платформи, прямі продажі, партнерські відносини або франчайзинг. Також інновації можуть стосуватися побудови ланцюгів поставки або процесу виробництва [3].

2. Стратегія диверсифікації

Дана стратегія передбачає розширення асортименту товарів і послуг, а також освоєння нових ринків, задля зменшення ризиків, пов'язаних з економічною не стабільністю внутрішнього ринку [3].

Також стратегія диверсифікації може передбачати розширення основної діяльності підприємства, задля збільшення прибутку. До прикладу, компанія яка займалася тільки виробництвом фільмів, може додатково створити власну стрімінгову платформу, продавати мерчі з героями фільмів, створювати тематичні виставки, тощо.

3. Стратегія кооперації

Суть цієї стратегії полягає в тому, що досягнення поставленої мети підприємства здійснюється завдяки об'єднанню ресурсів, знань, технологічних та виробничих можливостей з іноземними бізнес-партнерами. Така форма співпраці дозволяє знизити можливі ризики в процесі розвитку міжнародної діяльності підприємства, адже маючи в своєму арсеналі спільні ресурси, партнери так само рівноцінно розділяють між собою і фінансові ризики та відповідальність [3].

4. Стратегія глобалізації

Дана стратегія передбачає входження компанії у світову економіку завдяки стандартизації своєї продукції, послуг, процесів і бізнес-моделей задля досягнення глобального ефекту. Тобто основною метою глобалізації є вихід на міжнародну арену з єдиною стратегією і баченням для усіх ринків, що має забезпечити максимальну ефективність функціонування та впізнаваність бренду у всьому світі [3].

Загалом, розробка стратегії розвитку міжнародної діяльності підприємства є досить складним і тривалим процесом, оскільки серед багатьох можливих варіантів потрібно обрати той, що найбільше відповідає потребам та можливостям підприємства, ринковим умовам та уподобанням споживачів.

Інновації є важливим фактором успішної та ефективної діяльності підприємства на міжнародному ринку. Адже у швидкоплинному світі підприємства постійно змушені підлаштовуватися під змінні умови ринку, а особливо міжнародного, для того щоб утримувати конкурентні позиції на ньому.

Загалом, інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу [4].

Визначаючи інновації як джерело розвитку міжнародної діяльності підприємства, розглянемо основні види інновацій, що можуть бути реалізовані на підприємстві для розвитку міжнародної діяльності:

1. Продуктові інновації

Це інновації, що стосуються оновлення вже існуючих товарів і послуг підприємства до вимог ринку та споживачів, або створення абсолютно нового продукту, що раніше не був представлений в асортименті підприємства або ринку в цілому. Застосування даного виду інновацій, дозволяє компанії займати нові ніші ринку. Даний вид інновацій є найпоширенішим, адже жодне підприємство не може бути тривалий час конкурентоспроможним на ринку, не оновлюючи свою продукцію [5].

Метою даного виду інновацій є задоволення всіх потреб споживачів, конкурентоспроможність та стійке зростання бізнесу.

Прикладом застосування продуктивних інновацій є: зміна дизайну пакування продукції, зміна матеріалів пакування на більш екологічне, зміна технології виробництва чи сировини, розширення асортименту на основі оновлення смаків продукції, зниження собівартості продукції не погіршуючи якості, тощо.

2. Процесні інновації

Цей вид інновацій стосується оновлення технологій та застосування новітніх методів, щодо виробництва продукції та логістичних процесів. Процесні інновації є дієвими, адже дозволяють оптимізувати процес виробництва, проте їх впровадження є дорогавартісним, оскільки закупівля нового обладнання чи технологій потребує чималих коштів, що негативно впливає на швидкість впровадження саме таких інноваційних рішень [5].

Метою процесних інновацій є підвищення ефективності та продуктивності виробництва, зниження витрат та собівартості виробництва, підвищення якості товарів та послуг [5].

Прикладом застосування процесних інновацій є: автоматизація та роботизація виробництва, цифровізація виробництва, застосування різноманітних контролюючих датчиків та штучного інтелекту, застосування енергозберігаючих технологій, а також поліпшення ланцюгів постачання продукції, наприклад, завдяки удосконаленню маршрутів доставки або застосування інноваційних транспортних систем [5].

3. Маркетингові інновації

Це вид інновацій, що передбачає новітні методи та моделі просування та збуту товарів і послуг на ринку. Застосування даного виду інновацій спрямоване на підвищення привабливості товару для споживача, шляхом удосконалення дизайну та пакування продукції, а також реклами.

Мета маркетингових інновацій підвищення взаємодії з споживачем, задоволення потреб споживачів, створення впізнаваного бренду на всіх ринках збуту, в тому числі міжнародних [5].

Прикладом застосування маркетингових інновацій є: використання нових каналів збуту, таких як інтернет-магазини, мобільні додатки, соціальні мережі; аналіз наявних та потенцій споживачів задля персоналізації продукції та рекламної кампанії для них; створення інтерактивної реклами за допомогою віртуальної та доповненої реальності; визначення ключових цінностей бренду та поширення їх в маси, акцент на соціальній відповідальності бренду; організація різноманітних заходів для знайомства споживачів з продукцією підприємства, тощо [5].

4. Організаційні інновації

Це вид інновацій, що стосується застосування нових методів, підходів та стилів управління підприємством, виробництвом, партнерством та працівниками. Організаційні інновації спрямовані на удосконалення внутрішніх бізнес процесів, що дає змогу більш раціонально використовувати ресурси та адаптуватися до змінних умов ринку [6].

Метою даного виду інновацій є покращення ефективності, продуктивності, раціональності, гнучкості, а також конкурентоспроможності діяльності підприємства.

Прикладом застосування організаційних інновацій є: перехід до нових організаційних структур управління підприємством або удосконалення наявних, наприклад централізація та децентралізація, Agile чи Scrum; гнучкість та готовність до змін в процесі управління; застосування різних форматів роботи – очно та онлайн; розробка організаційної культури та корпоративний цінностей; навчання та підвищення кваліфікації кадрів, тощо [6].

Загалом, варто зазначити, що застосування інновацій сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства, а також є чудовим інструментом розвитку міжнародної діяльності підприємства. На рисунку 1 розглянемо вплив інновацій на ефективність діяльності підприємства та можливості розвитку міжнародної діяльності.

Отже, аналізуючи рисунок можемо помітити, що кожен з вище згаданих видів інновацій має свій позитивний вплив на успішність діяльності підприємства, а отже може виступати чудовим інструментом розвитку його міжнародної діяльності. Адже застосування інновацій дасть змогу компанії бути сильним гравцем на міжнародній арені.

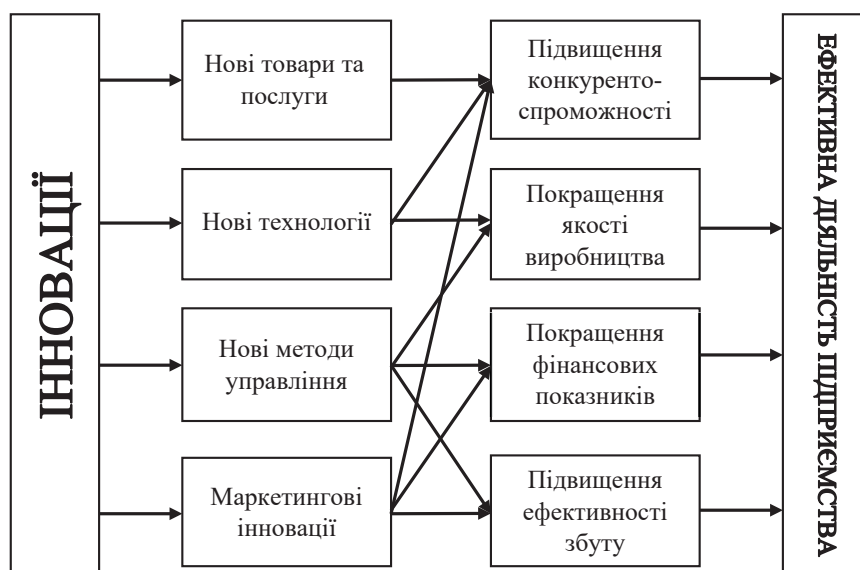


Рис. 1. Вплив інновацій на ефективність діяльності підприємства

Джерело: складено автором на основі [5]

А якщо застосовувати не конкретний вид інновацій, а комплексно підходити до розвитку інноваційної діяльності підприємства, то в сукупності вони надаватимуть набагато кращий результат в процесі розвитку міжнародної діяльності.

Висновки. Стратегічний розвиток міжнародної діяльності підприємства є важливою складовою його успішного функціонування, адже надає ряд переваг, а саме: розширення ринків збуту, підвищення конкурентоспроможності, фінансові та ресурсні можливості, економія на масштабі та розвиток бренду.

Основними стратегіями розвитку міжнародної діяльності підприємства є: інноваційна, диверсифікаційна, кооперативна та глобалізаційна. Загалом всі вони є ефективними, а підприємство обирає ту стратегію розвитку міжнародної діяльності, яка відповідає його можливостям, меті та цілям.

Визначено, що інновації є важливим фактором успішної та ефективної діяльності підприємства на міжнародному ринку, а якщо застосовувати не конкретний вид інновацій, а комплексно впроваджувати їх у свою міжнародну діяльність, то будемо спостерігати позитивний економічний ефект.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Тарасенко С., Петрушенко Ю. Міжнародний бізнес: навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет, 2021. 222 с.
2. Міжнародні економічні відносини: Навчальний посібник / А. І. Боярчук та ін. Херсон : ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2018. 374 с.

3. Рокоча В.В., Одягайло Б.М., Терехов В.І. Міжнародний менеджмент: Навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Ун-т економіки та права «КРОК», 2016. 172 с.

4. Лаврова Ю.В. Економіка підприємства та маркетинг : конспект лекцій. Харків : ХНАДУ, 2012. 133 с.

5. Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с.

6. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент: підруч. Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2019. 518 с.

REFERENCES:

1. Tarasenko S., Petrushenko Yu. (2021) Mizhnarodnyi biznes: navchalnyi posibnyk [International business: a textbook]. Sumy: Sumskiy derzhavnyi universytet, 222 p.

2. Boyarchuk A. I., et al. (2018) Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny: navchalnyi posibnyk [International economic relations: a textbook]. Kherson: TOV "VKF "STAR" LTD", 374 p.

3. Rokocha V.V., Odyahailo B.M., Terekhov V.I. (2016) Mizhnarodnyi menedzhment: navchalnyi posibnyk [International management: a textbook]. Kyiv: VNZ "Un-t ekonomiky ta prava "KROK", 172 p.

4. Lavrova Yu.V. (2012) Ekonomika pidpriemstva ta marketynh: konspekt leksii [Enterprise economics and marketing: lecture notes]. Kharkiv: KhNADU, 133 p.

5. Kopytko M.I. (2019) Upravlinnia innovatsiiamy: navchalnyi posibnyk dlia samostiinoho vyvchennia dystsypliny u skhemakh i tablytsiakh [Innovation management: a textbook for independent study in diagrams and tables]. Lviv: LvivDUVS, 292 p.

6. Mykytiuk P.P. (2019) Innovatsiinyi menedzhment: pidruchnyk [Innovation management: a textbook]. Ternopil: Ekonomichna dumka TNEU, 518 p.