

[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(1\)-27](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(1)-27)

УДК 330.341.1

АБДУЛЛАЄВА Анастасія

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

<https://orcid.org/0000-0001-6961-8923>

e-mail: nanigromova@gmail.com

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядаються сучасні інноваційні підходи до розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобалізації та цифрової трансформації економіки. Особлива увага приділяється таким інструментам, як цифровізація процесів ЗЕД, впровадження електронної комерції, використання CRM- і ERP-систем, логістичних інновацій, а також міжнародного маркетингу з урахуванням культурних особливостей цільових ринків. Проведено порівняльний аналіз традиційних та інноваційних моделей зовнішньоекономічної діяльності, що дозволяє виявити переваги нових підходів у підвищенні конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку. Запропоновано практичні рекомендації щодо адаптації інновацій у ЗЕД з урахуванням сучасних викликів і можливостей.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, інновації, цифровізація, міжнародний маркетинг, конкурентоспроможність.

ABDULLAIEVA Anastasiia

Vinnitsia Trade and Economics Institute of State University of Trade and Economics

INNOVATIVE APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF AN ENTERPRISE

The article explores contemporary innovative approaches to enhancing the foreign economic activity (FEA) of enterprises in the context of globalization, technological development, and digital transformation of business processes. Special attention is paid to the integration of digital technologies, such as CRM and ERP systems, automated supply chain management, e-commerce platforms, and data analytics tools that support strategic decision-making in international markets. The study emphasizes the growing importance of cross-cultural communication, localization strategies, and the use of international marketing practices tailored to the characteristics of foreign target markets.

A comparative analysis of traditional and innovative models of foreign economic activity has been conducted, which reveals the advantages of innovation-oriented strategies in increasing operational efficiency, risk management, and overall competitiveness. The article also addresses the impact of digital infrastructure development and international regulatory frameworks on FEA, highlighting the need for adaptive, flexible business models.

Furthermore, recommendations are proposed for the practical implementation of innovative tools in enterprises' external economic operations, taking into account current global challenges such as geopolitical instability, technological shifts, and sustainability trends. The findings of the research are intended to be useful for business owners, export-import managers, and policymakers engaged in international trade and cooperation.

Keywords: foreign economic activity, innovation, digitalization, international marketing, competitiveness.

Стаття надійшла до редакції / Received 01.04.2025

Прийнята до друку / Accepted 28.04.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Проблема розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств вимагає пошуку інноваційних підходів, здатних забезпечити їхню конкурентоспроможність на міжнародному ринку в умовах глобалізації та цифрової трансформації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питанню інноваційного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств приділено увагу в низці наукових праць таких авторів, як Ю. Горященко [1], А. Пильгун [1], А. Швець [1], а також А.Р. Дунська [2], О.В. Пінчук [2]. У своїх дослідженнях вони розглядають різноманітні механізми підвищення ефективності ЗЕД, зокрема через цифровізацію, модернізацію управлінських процесів, впровадження гнучких моделей прийняття рішень та формування адаптивних стратегій в умовах глобалізаційного тиску. Особливу увагу науковці приділяють інтеграції ERP-систем, використанню інноваційних логістичних рішень (наприклад, хмарних платформ для моніторингу поставок) і нових форм міжнародної співпраці, таких як краудсорсингові моделі або цифрові екосистеми.

Окремий внесок у розвиток теоретичної бази досліджуваної теми зробили також такі вчені-економісти, як: О.В. Кот [3], К.Ю. Величко [3], Л.Л. Носач [3], О.І. Печенка [3], які ґрунтовно аналізують проблематику цифрових трансформацій у зовнішньоекономічній діяльності, включаючи виклики, пов'язані з кібербезпекою, управлінням даними, міжнародними електронними платформами, а також ризики та

можливості інтернаціоналізації підприємств у нових економічних умовах. Їхні дослідження торкаються питань оцінювання конкурентоспроможності підприємств, формування інноваційного потенціалу, а також розробки стратегічних підходів до забезпечення сталого розвитку в умовах інноваційної економіки.

Незважаючи на наявність широкого кола теоретичних і практичних напрацювань, тема потребує подальшого дослідження та уточнення системи інтеграції інновацій у ЗЕД підприємств. Особливої актуальності набуває розробка практичних моделей цифрової трансформації для українських компаній, з урахуванням сучасних глобальних викликів, таких як геополітична нестабільність, зміна структури міжнародної торгівлі, зростання ролі ESG-факторів, а також необхідність адаптації до умов постіндустріальної економіки.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є обґрунтування необхідності впровадження інноваційних підходів у розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства для підвищення його ефективності та конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасних умовах глобалізації та цифрової трансформації світової економіки зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) підприємств набуває нового стратегічного значення. Активна участь у міжнародному економічному обміні стає не лише джерелом додаткового прибутку, а й необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності, інноваційного розвитку та стійкого функціонування підприємств у динамічному бізнес-середовищі. Проте традиційні підходи до організації ЗЕД вже не відповідають викликам часу, зокрема в частині адаптації до цифрових технологій, зміни логістичних ланцюгів, нестабільності зовнішніх ринків і зростання ролі нематеріальних активів. У зв'язку з цим зростає потреба у впровадженні інноваційних підходів до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, які б дозволили не лише реагувати на зміни зовнішнього середовища, а й формувати стратегії проактивного розвитку. Це вимагає переосмислення традиційних моделей організації ЗЕД, інтеграції цифрових рішень, автоматизації процесів, використання аналітики великих даних, а також розвитку партнерських відносин на міжнародному рівні. Таким чином, дослідження інноваційних підходів до розвитку ЗЕД є актуальним як з наукової, так і з практичної точки зору, оскільки дозволяє сформувати ефективні механізми адаптації підприємств до сучасних викликів світового ринку.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства являє собою сукупність виробничо-господарських, організаційних, комерційних, інвестиційних, фінансових та інформаційно-комунікаційних операцій, які здійснюються суб'єктами господарювання за межами національного економічного простору з метою отримання прибутку, розширення ринків збуту, залучення інновацій, інтеграції до міжнародних ланцюгів створення доданої вартості та забезпечення сталого розвитку. ЗЕД виступає ключовим чинником підвищення ефективності діяльності підприємства, оскільки дозволяє скористатися перевагами міжнародного поділу праці, доступу до нових ресурсів, сучасних технологій і знань. Вона передбачає постійну взаємодію з іноземними контрагентами, що функціонують у різних правових, економічних, соціальних та культурних умовах, а отже, вимагає глибокого розуміння міжнародного ринкового середовища, норм і стандартів, особливостей ділової етики, мовної та ментальної специфіки [4, с. 7]. Це, в свою чергу, підвищує вимоги до кваліфікації персоналу, адаптивності організаційної структури та здатності гнучко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі.

Ефективне ведення ЗЕД потребує не лише ґрунтовних знань у сфері міжнародного маркетингу, контрактного права, митного та валютного регулювання, а й стратегічного мислення, аналітичних здібностей, вміння відстежувати світові економічні тенденції, політичні ризики та використовувати сучасні цифрові інструменти для оптимізації процесів – зокрема, електронну комерцію, автоматизовані логістичні системи, CRM- і ERP-системи. Зважаючи на зростання глобальної конкуренції, геополітичну нестабільність, зміни валютних курсів, торговельні обмеження, пандемічні виклики та порушення глобальних ланцюгів постачання, ЗЕД набуває ще більшого значення як інструмент не лише отримання прибутку, але й забезпечення стійкості, гнучкості та конкурентоспроможності бізнесу. Саме тому успішна інтеграція у світову економіку через розумно побудовану зовнішньоекономічну діяльність стає важливою умовою довгострокового розвитку сучасного підприємства [5, с. 24].

У цілому, зважаючи на багатогранність зовнішньоекономічної діяльності, важливим є систематизований підхід до аналізу її основних напрямів, які формують основу інтеграції підприємства у світовий економічний простір. До таких напрямів належать експорт, імпорт, міжнародна кооперація та інвестиційна діяльність, кожен з яких має свої особливості, переваги та стратегічне значення для розвитку підприємства (див. Табл. 1).

Таким чином, кожен із напрямів зовнішньоекономічної діяльності виконує важливу функцію у процесі міжнародної інтеграції підприємства та формуванні його стратегічних переваг. Проте сучасні умови господарювання, зокрема високий рівень конкуренції на глобальних ринках, нестабільність зовнішнього

середовища та стрімкий технологічний прогрес, вимагають впровадження інноваційних підходів до управління ЗЕД, що є ключовим чинником її ефективного розвитку.

Таблиця 1

Основні напрями зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Напрямок ЗЕД	Зміст	Цілі	Переваги для підприємства
Експорт	Продаж товарів і послуг іноземним контрагентам	Збільшення доходів, розширення ринків збуту	Валютна виручка, масштабування, зростання виробництва
Імпорт	Закупівля товарів, сировини, обладнання або послуг за кордоном	Забезпечення виробництва, оновлення технологій	Доступ до інновацій, зниження витрат, підвищення якості
Міжнародна кооперація	Спільне виконання виробничих, науково-технічних або логістичних проєктів	Об'єднання ресурсів, зниження ризиків, розподіл функцій	Партнерство, взаємне зростання, вихід на нові ринки
Інвестиційна діяльність	Вкладення капіталу у підприємства за кордоном або залучення іноземних інвестицій	Підвищення капіталізації, технологічне оновлення	Доступ до ресурсів, модернізація, посилення фінансової стабільності

Джерело: складено автором на основі [6; 7; 8]

Інновації відіграють визначальну роль у забезпеченні гнучкості, адаптивності та стійкості підприємства на міжнародному ринку. Їх застосування в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю охоплює не лише впровадження нових продуктів або технологій, а й використання сучасних цифрових платформ, автоматизованих систем управління логістикою, інструментів аналітики великих даних, CRM- та ERP-систем, електронного документообігу, хмарних рішень, а також інновацій у сфері міжнародного маркетингу та електронної комерції. Завдяки інноваціям підприємства можуть оперативно реагувати на зміну попиту на зовнішніх ринках, знижувати транзакційні витрати, оптимізувати міжнародні поставки, прогнозувати ризики та підвищувати якість обслуговування клієнтів у різних країнах. Крім того, стратегічне впровадження інновацій сприяє формуванню конкурентних переваг на глобальному рівні: дозволяє виходити на нові ринки, налагоджувати ефективну співпрацю з іноземними партнерами, диверсифікувати джерела постачання та збуту (див. Рис. 1) [9].

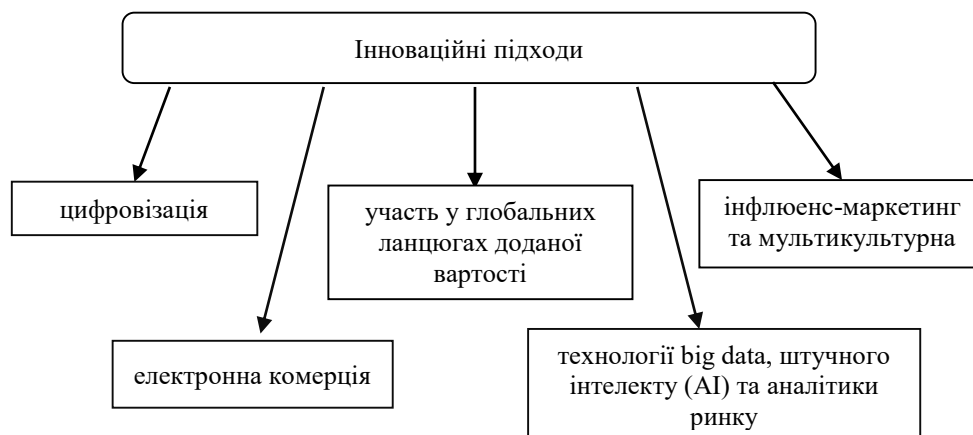


Рис. 1. Інноваційні підходи для ефективного управління ЗЕД

Одним із найбільш перспективних напрямів є цифровізація. Вона відкриває нові можливості для оптимізації процесів, зниження витрат, підвищення швидкості прийняття рішень та гнучкості реагування на зміни зовнішнього середовища. В умовах глобальної конкуренції та швидких трансформацій світових ринків підприємства все більше орієнтуються на інтеграцію сучасних інформаційних технологій у свої зовнішньоекономічні операції. Ці підходи включають впровадження систем управління взаємодією з клієнтами (CRM), які дозволяють підприємствам краще розуміти потреби своїх міжнародних партнерів, здійснювати персоналізований підхід до роботи з клієнтами, аналізувати дані про продажі, формувати ефективні маркетингові стратегії та забезпечувати високий рівень обслуговування. ERP-системи (Enterprise Resource Planning) сприяють інтеграції внутрішніх процесів, забезпечують уніфіковану базу даних для всіх підрозділів підприємства, дозволяючи ефективно управляти ресурсами, логістикою, виробництвом, фінансами та кадрами з урахуванням міжнародного контексту. Також важливою перевагою цифровізації є її здатність створювати прозорі механізми контролю та аналітики, що підвищує якість управлінських рішень та сприяє дотриманню міжнародних стандартів і регуляцій [10, с. 313].

Окрім впровадження цифрових технологій для оптимізації внутрішніх процесів, одним із ключових інструментів для розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства є електронна комерція. Вона забезпечує цілодобову доступність продукції, що особливо важливо для глобального ринку, де часові зони

можуть суттєво відрізнятися. Також дозволяє розширювати географію збуту, охоплюючи нові регіони та сегменти споживачів з різними культурними та економічними характеристиками. Додатково, електронна комерція надає можливість гнучкого управління ціноутворенням, автоматизації обробки замовлень, здійснення онлайн-платежів та організації доставки. Крім того, завдяки цифровим інструментам аналітики компанії отримують безцінні дані про споживчі вподобання, поведінку користувачів на сайті, популярні товари та ефективність рекламних кампаній [11].

З розвитком цифрових технологій та електронної комерції, підприємства мають нові можливості для інтеграції у глобальні економічні процеси. Одним із найбільш перспективних та стратегічно важливих напрямів зовнішньоекономічної діяльності сучасного підприємства є участь у глобальних ланцюгах доданої вартості (Global Value Chains, GVC або GLV). Цей процес дозволяє підприємствам з різних країн співпрацювати на всіх етапах виробництва товарів та послуг – починаючи від постачання сировини, проходячи через стадії обробки, виробництва напівфабрикатів, складання, пакування, логістики й маркетингу, аж до реалізації готової продукції кінцевому споживачеві. Така модель сприяє не лише підвищенню ефективності операцій, а й залученню інвестицій, доступу до нових технологій, знань і виробничих ресурсів, а також виходу на високотехнологічні та фінансово привабливі ринки. В умовах глобальної конкуренції участь у GLV дозволяє підприємствам диверсифікувати ризики, пов'язані з обмеженням доступу до певних ресурсів або ринків, адаптуватися до вимог міжнародних партнерів і пришвидшити інноваційні процеси завдяки обміну досвідом. Крім того, підприємства, інтегровані у такі ланцюги, можуть оперативно реагувати на зміни у попиту, оптимізувати логістичні витрати й отримати перевагу у вигляді міжнародної репутації надійного учасника глобальної виробничої системи [12, с. 54].

Участь у глобальних ланцюгах доданої вартості та цифровізація зовнішньоекономічної діяльності вимагають від підприємств постійного збору, обробки та аналізу великого обсягу даних. У цьому контексті особливого значення набувають технології big data, штучного інтелекту (AI) та аналітики ринку, які дозволяють підприємствам отримувати цінні інсайти для прийняття стратегічних і оперативних рішень. Використання великих даних дає змогу підприємствам систематично аналізувати споживчі уподобання, поведінкові моделі клієнтів, структуру попиту, конкурентне середовище, динаміку цін, валютні коливання та загальні макроекономічні тенденції на міжнародних ринках. Це, у свою чергу, сприяє формуванню гнучких бізнес-стратегій, які враховують специфіку кожного цільового ринку. Аналітичні інструменти big data дозволяють підприємствам не лише вчасно реагувати на поточні виклики, а й здійснювати довгострокове прогнозування ризиків, змін у нормативно-правовому середовищі, змін в уподобаннях споживачів і навіть у кліматичних умовах, що можуть впливати на логістичні ланцюги. Наприклад, за допомогою big data можна передбачити сезонні коливання попиту на певні товари або виявити найефективніші канали збуту залежно від країни чи регіону. Крім того, аналіз даних у реальному часі сприяє оперативному управлінню запасами, ціноутворенням та асортиментом продукції [13, с. 3].

У цілому, використання big data та аналітики ринку допомагає підприємствам отримувати ключові інсайти для формування ефективних стратегій виходу на зовнішні ринки, однак для успішного просування продукції в умовах зростаючої глобальної конкуренції дедалі більшої ваги набувають нетрадиційні маркетингові підходи, які базуються на персоналізації комунікації та емоційній взаємодії з цільовою аудиторією. Одними з найперспективніших у цьому контексті є інфлюенс-маркетинг та мультикультурна реклама. Інфлюенс-маркетинг ґрунтується на співпраці з авторитетними особами або лідерами думок, які мають високий рівень довіри з боку підписників у соціальних мережах та інших онлайн-каналах. Завдяки своїй автентичності, інфлюенсери здатні ефективно доносити ключові меседжі бренду до цільових аудиторій, формувати позитивний імідж компанії, стимулювати зацікавленість продуктом і, зрештою, впливати на поведінку споживачів. Особливо це актуально на молодіжних ринках, де традиційна реклама сприймається скептично, а рекомендації блогерів чи медіаособистостей мають вагомий вплив на рішення про покупку. Водночас мультикультурна реклама передбачає адаптацію змісту, візуального оформлення та стилістики маркетингових кампаній до культурних, мовних, релігійних та поведінкових особливостей кожної окремої країни або регіону. Такий підхід дозволяє брендам уникати культурних непорозумінь, посилювати емоційний зв'язок зі споживачами різного походження, демонструвати повагу до локальних традицій та цінностей. Наприклад, рекламна кампанія, орієнтована на ринок Близького Сходу, має враховувати особливості мови, соціальних норм, гендерної чутливості та релігійних аспектів [14].

Незважаючи на значні переваги інноваційних підходів у розвитку зовнішньоекономічної діяльності, впровадження новітніх технологій та стратегій може зіштовхуватися з низкою перешкод та ризиків. Одним з основних факторів, що стримують інноваційний розвиток у ЗЕД, є нестача фінансування. Відсутність достатніх інвестицій може значно ускладнити процес цифровізації, інтеграції нових технологій або розширення на міжнародні ринки. Іншою важливою перешкодою є опір персоналу до змін, оскільки впровадження нових методів роботи може зустріти опір з боку співробітників, які не готові адаптуватися до нових технологічних рішень. Крім того, нерозвинена ІТ-інфраструктура, особливо в деяких країнах, може обмежити можливості для успішного впровадження інновацій, оскільки необхідні технічні ресурси можуть бути недоступні або занадто дорогі. Також важливим фактором є правові обмеження та бар'єри, зокрема різниця в законодавстві між країнами, що може створювати додаткові труднощі для здійснення

зовнішньоекономічної діяльності та впровадження нових технологій (див. Табл. 2). Для того щоб мінімізувати ці ризики та перешкоди, підприємствам необхідно розробляти стратегії управління ризиками, включаючи забезпечення належного фінансування, навчання персоналу, модернізацію IT-інфраструктури та адаптацію до правових норм міжнародного бізнесу.

Таблиця 2

Ризики інноваційної ЗЕД та шляхи її мінімізації

Ризик	Опис	Шляхи мінімізації
Нестача фінансування	Недостатність коштів для впровадження інновацій	Пошук альтернативних джерел фінансування, державні субсидії, венчурні інвестиції
Опір персоналу	Супротив співробітників до змін та нововведень	Проведення навчання та мотиваційних програм для персоналу, залучення до процесу змін
Нерозвинена IT-інфраструктура	Відсутність необхідних технологій та систем	Інвестування в оновлення IT-інфраструктури, партнерство з технологічними компаніями
Правові обмеження та бар'єри	Різниця в законодавстві, правові обмеження на зовнішніх ринках	Співпраця з юридичними фірмами, аналіз правових норм у країнах діяльності підприємства

Джерело: складено автором на основі [15]

Враховуючи перешкоди та ризики, з якими зіштовхуються підприємства при впровадженні інновацій у ЗЕД, важливо розглянути інноваційні перетворення на конкретних прикладах реальних компаній. Такі кейси демонструють, як інноваційні стратегії можуть стати ключовим чинником успіху на міжнародних ринках та сприяти досягненню суттєвих економічних та стратегічних результатів (див. Табл. 3).

Таблиця 3

Приклади компаній, які успішно здійснили інноваційні перетворення

Компанія	Інновації, що застосовані
Coca-Cola	- Впровадження цифрових технологій у глобальні ланцюги постачання; - Автоматизація виробничих процесів; - Розвиток електронної комерції для продажу кінцевому споживачу.
Tesla	- Впровадження передових методів роботизації та штучного інтелекту; - Використання технології великих даних.
Siemens	- Автоматизація та роботизація виробничих ліній; - Використання хмарних технологій для управління даними та оптимізацією бізнес-процесів.
Amazon	- Впровадження технології штучного інтелекту; - Розвиток безпілотної технології для доставки товарів; - Використання машинного навчання.
Alibaba	- Використання блокчейн-технологій; - Інтеграції криптовалют у систему електронної комерції; - Впровадження рішення для управління глобальними ланцюгами постачання через IoT.
Samsung Electronics	- Розробка та впровадження 5G-технологій; - Інтеграція штучного інтелекту; - Інвестування в розробку нових технологій, зокрема робототехніки та IoT.

Джерело: складено автором на основі [16]

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проведене дослідження підтверджує, що зовнішньоекономічна діяльність є стратегічно важливою складовою сучасного підприємництва, яка забезпечує не лише доступ до нових ринків збуту, ресурсів та інновацій, а й формує передумови для підвищення гнучкості та адаптивності підприємств в умовах високої турбулентності глобального середовища. ЗЕД слугує каталізатором економічного зростання, стимулюючи впровадження передових технологій, обмін знаннями та інтеграцію в міжнародні мережі виробництва й логістики. В умовах глобалізації та динамічного розвитку цифрових технологій ключовим фактором успіху підприємств стає впровадження інноваційних підходів у зовнішньоекономічну діяльність. Такі підходи передбачають цифровізацію бізнес-процесів, активне використання CRM- і ERP-систем, перехід до електронного документообігу, розвиток електронної комерції, участь у глобальних ланцюгах доданої вартості, застосування інструментів big data, а також нетрадиційних маркетингових стратегій — зокрема інфлюєнс-маркетингу та мультикультурної реклами. Усі ці інструменти в сукупності сприяють підвищенню прозорості операцій, зниженню транзакційних витрат, підвищенню швидкості прийняття рішень і покращенню взаємодії з партнерами та клієнтами. Водночас, незважаючи на наявність значного потенціалу, підприємства зіштовхуються з низкою бар'єрів, що гальмують інноваційний розвиток ЗЕД. Серед них — обмежене фінансування технологічних змін, низький рівень цифрової грамотності працівників, опір персоналу до трансформацій, нерозвинена IT-інфраструктура, недосконале правове регулювання, а також обмежений доступ до міжнародних платформ електронної торгівлі та сервісів аналітики. Також актуальним залишається питання захисту комерційної інформації та кібербезпеки, особливо у контексті міжнародної

взаємодії. Разом з тим, аналіз реальних кейсів підприємств, які успішно інтегрували інновації у зовнішньоекономічну діяльність, підтверджує доцільність і результативність таких змін. Застосування інновацій забезпечує позитивні результати як у короткостроковій перспективі (оптимізація витрат, розширення каналів збуту, зростання продуктивності), так і в довгостроковій (зміцнення позицій на глобальних ринках, формування сталих партнерських зв'язків, зростання вартості бренду). У цілому, інноваційні підходи до розвитку ЗЕД є не лише сучасним трендом, а й об'єктивною необхідністю для забезпечення стабільного розвитку, гнучкості, життєздатності та міжнародної конкурентоспроможності підприємств. Їх впровадження має системний характер і потребує узгоджених дій на рівні управління, інвестицій, кадрової політики та нормативного середовища.

Щодо подальших дослідженнях, то доцільно зосередити увагу на кількох важливих аспектах розвитку інновацій у ЗЕД. По-перше, варто здійснити глибший аналіз галузевих особливостей застосування цифрових інструментів у зовнішньоекономічній діяльності та визначити найбільш ефективні практики адаптації інновацій у різних секторах економіки. По-друге, перспективним є дослідження впливу геополітичних ризиків і регуляторних змін на інноваційну активність у сфері ЗЕД. Також важливо проаналізувати соціальні аспекти цифрової трансформації, зокрема зміну ролі людського капіталу в процесах міжнародного співробітництва. Крім того, заслуговує на увагу розробка інтегрованих моделей управління ризиками впровадження інновацій у ЗЕД та формування стратегічних дорожніх карт для малих і середніх підприємств. Особливу цінність можуть мати емпіричні дослідження з використанням case study, які дозволяють глибше зрозуміти практичний вимір інновацій у зовнішньоекономічній сфері в умовах нестабільного середовища.

Література

1. Горященко Ю., Пильгун А., Швець А. Інноваційні підходи в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. *Економічні науки*, 2021. Вип. 3(91). С. 345-350. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/477/462> (дата звернення: 21.04.2025).
2. Дунська, А.Р., Пінчук, О.В. Передумови інноваційного управління зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*, 2023. Вип. 26. С. 69-72. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.26.2023.286986> (дата звернення: 21.04.2025).
3. Кот О.В., Величко К.Ю., Носач Л.Л., Печенка О.І. Сучасні підходи до зовнішньоекономічної діяльності: навч.-метод. посіб. із вивчення дисципліни для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2018. 148 с.
4. Коюда О. П. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства та адміністрування бізнес-структур: конспект лекцій (для студентів 5 курсу денної та 6 курсу заочної форм навчання освітнього рівня «магістр» спеціалізації «Економіка та організація бізнесу»). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 130 с. С. 7-9. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/228030123.pdf> (дата звернення: 21.04.2025).
5. Кривда О. В., Бойчук Н. Я., Вовченко А. О. Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Інфраструктура ринку*, 2024. Вип. 76. С. 23-28. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/76_2024/6.pdf (дата звернення: 21.04.2025).
6. Крутик Ю. В., Столяр Ю. А. Зміст понять «експорт» та «імпорт» як об'єктів державного управління. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*, 2020. Вип. 31(70). С. 138-142. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/5_2020/27.pdf (дата звернення: 21.04.2025).
7. What is international cooperation. *Cinfo*, 2025. URL: <https://www.cinfo.ch/en/individuals/get-informed/international-cooperation-insights/what-is-international-cooperation> (дата звернення: 21.04.2025).
8. Галько Л. Інвестиційна діяльність підприємства: стратегія і управління. *Економіка та суспільство*, 2021. Вип. 31. С. 1-10. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/727/699> (дата звернення: 21.04.2025).
9. Getz, I., Georgsdottir, A. How Flexibility Facilitates Innovation and Ways to Manage It in Organizations. *Creativity and Innovation Management*, 2004. Vol. 13(3). URL: https://www.researchgate.net/publication/228254533_How_Flexibility_Facilitates_Innovation_and_Ways_to_Manage_It_in_Organizations (дата звернення: 21.04.2025).
10. Roieva, O., Oneshko, S., Sulima, N. Identification and digitalization as a direction of innovative development of modern enterprise. *Financial and credit activity: problem theory and practice*, 2023. Vol. 1(48). P. 312-325.
11. Nastase, I. Contribution of the e-commerce to the economic development. *International Conference on Business Excellence*, 2007. URL: https://www.researchgate.net/publication/265682140_Contribution_of_the_e-commerce_to_the_economic_development (дата звернення: 21.04.2025).
12. Pavlovska, I., Khaustova, V., Hubarieva, I. Measuring the participation of countries in global value chain. *Academic Review*, 2022. Vol. 2(57). P. 50-58. URL: https://www.researchgate.net/publication/365745179_MEASURING_THE_PARTICIPATION_OF_COUNTRIES

IN GLOBAL VALUE CHAIN VIMIRUVANNA UCASTI KRAINU GLOBALNIH LANCUGAH STVORENNA VARTOSTI (дата звернення: 21.04.2025).

13. Яковенко Я. Ю., Білик М. Ю., Олійник Є. В. Штучний інтелект, Big Data і відповідальне споживання як імператив інноваційного розвитку бізнес-структур в умовах формування цифрової економіки. *Економіка та суспільство*, 2024. Вип. 60. С. 1-7.

14. Інфлюенс-маркетинг чи традиційна реклама? Або чи працюють прогріви? Думка професійного блогера. *Creativity*, 2024. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/influens-marketynh-chy-tradytsiina-reklama-abo-chy-pratsiuiut-prohrivy-dumka-profesiinoho-blohera/> (дата звернення: 21.04.2025).

15. Волинець І. Г. Ризики інноваційної діяльності: суть, види та етапи управління. *Економіка та суспільство*, 2016. Вип. 2. С. 241-245. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/43.pdf (дата звернення: 21.04.2025).

16. Вишневський Ю. (2019). Топ-20 найбільш інноваційних компаній України. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-20-samyh-innovatsionnyh-kompaniy-ukrainy-02122019220000> (дата звернення: 21.04.2025).

References

1. Horiashchenko Yu., Pylyhun A., Shvets A. Innovatsiini pidkrody v upravlinni zovnishnoekonomichnoi diialnistiu pidpriemstv. *Ekonomichni nauky*, 2021. Vyp. 3(91). S. 345-350. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/477/462> (accessed 21 April 2025).

2. Dunska, A.P., Pinchuk, O.B. Peredumovy innovatsiinoho upravlinnia zovnishnoekonomichnoi diialnistiu promyslovykh pidpriemstv. *Ekonomichniy visnyk NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instytut»*, 2023. Vyp. 26. S. 69-72. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.26.2023.286986> (accessed 21 April 2025).

3. Kot O.V., Velychko K.Iu., Nosach L.L., Pechenka O.I. Suchasni pidkrody do zovnishnoekonomichnoi diialnosti: navch.-metod. posib. iz vyvchennia dystsypliny dlia studentiv dennoi ta zaochnoi form navchannia spetsialnosti 076 «Pidpriemnytstvo, torhivlia ta birzhova diialnist». *Kharkivskiy derzhavnyi universytet kharchuvannia ta torhivli*, 2018. 148 s.

4. Koiuda O. P. Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstva ta administruvannia biznes-struktur: konspekt lektsii (dlia studentiv 5 kursu dennoi ta 6 kursu zaochnoi form navchannia osvithnoho rivnia «mahistr» spetsializatsii «Ekonomika ta orhanizatsiia biznesu»). *Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova*. Kharkiv: KhNUMH im. O. M. Beketova, 2019. 130 s. S. 7-9. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/228030123.pdf> (accessed 21 April 2025).

5. Kryvda O. V., Boichuk N. Ya., Vovchenko A. O. Mekhanizm upravlinnia zovnishnoekonomichnoi diialnistiu pidpriemstva. *Infrastruktura rynku*, 2024. Vyp. 76. S. 23-28. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/76_2024/6.pdf (accessed 21 April 2025).

6. Krutik Yu. V., Stoliar Yu. A. Zmist poniat «eksport» ta «import» yak obektiv derzhavnogo upravlinnia. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Derzhavne upravlinnia*, 2020. Vyp. 31(70). S. 138-142. URL: https://www.pubadm.vernatskyjournals.in.ua/journals/2020/5_2020/27.pdf (accessed 21 April 2025).

7. What is international cooperation. *Cinfo*, 2025. URL: <https://www.cinfo.ch/en/individuals/get-informed/international-cooperation-insights/what-is-international-cooperation> (accessed 21 April 2025).

8. Halko L. Investytsiina diialnist pidpriemstva: stratehiia i upravlinnia. *Ekonomika ta suspilstvo*, 2021. Vyp. 31. S. 1-10. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/727/699> (accessed 21 April 2025).

9. Getz, I., Georgsdottir, A. How Flexibility Facilitates Innovation and Ways to Manage It in Organizations. *Creativity and Innovation Management*, 2004. Vol. 13(3). URL: https://www.researchgate.net/publication/228254533_How_Flexibility_Facilitates_Innovation_and_Ways_to_Manage_It_in_Organizations (accessed 21 April 2025).

10. Roieva, O., Oneshko, S., Sulima, N. Identification and digitalization as a direction of innovative development of modern enterprise. *Financial and credit activity: problem theory and practice*, 2023. Vol. 1(48). P. 312-325.

11. Nastase, I. Contribution of the e-commerce to the economic development. *International Conference on Business Excellence*, 2007. URL: https://www.researchgate.net/publication/265682140_Contribution_of_the_e-commerce_to_the_economic_development (accessed 21 April 2025).

12. Pavlovska, I., Khaustova, V., Hubarieva, I. Measuring the participation of countries in global value chain. *Academic Review*, 2022. Vol. 2(57). P. 50-58. URL: https://www.researchgate.net/publication/365745179_MEASURING_THE_PARTICIPATION_OF_COUNTRIES_IN_GLOBAL_VALUE_CHAIN_VIMIRUVANNA_UCASTI_KRAINU_GLOBALNIH_LANCUGAH_STVORENNA_VARTOSTI (accessed 21 April 2025).

13. Yakovenko Ya. Yu., Bilyk M. Yu., Oliynyk Ye. V. Shtuchnyi intelekt, Big Data i vidpovidalne spozhyvannia yak imperatyv innovatsiinoho rozvytu biznes-struktur v umovakh formuvannia tsyfrovoy ekonomiky. *Ekonomika ta suspilstvo*, 2024. Vyp. 60. S. 1-7.

14. Influens-marketynh chy tradytsiina reklama? Abo chy pratsiuiut prohrivy? Dumka profesiinoho blohera. *Creativity*, 2024. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/influens-marketynh-chy-tradytsiina-reklama-abo-chy-pratsiuiut-prohrivy-dumka-profesiinoho-blohera/> (accessed 21 April 2025).

15. Volynets I. H. Ryzkyky innovatsiinoi diialnosti: sut, vydy ta etapy upravlinnia. *Ekonomika ta suspilstvo*, 2016. Vyp. 2. S. 241-245. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/43.pdf (accessed 21 April 2025).

16. Vyshnevskiy Yu. (2019). Top-20 naibilsh innovatsiinykh kompanii Ukrainy. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-20-samyh-innovatsionnyh-kompaniy-ukrainy-02122019220000> (accessed 21 April 2025).