УДК 006.072.025
DOI https://doi.org/10.32782/2312-7872.1.2026.16

Ковальова Марія Леонідівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного менеджменту,
Державний торговельно-економічний університет
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6890-4853

ГЛОБАЛЬНА СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНА СЕРТИФІКАЦІЯ ЯК ОСНОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

Анотація. *У статті досліджується трансформаційна роль глобальної стандартизації та міжнародної сертифікації в системі стратегічного управління сучасною компанією. Обґрунтовано, що в сучасних умовах традиційні чинники конкурентоспроможності поступаються місцем здатності бізнесу інтегруватися в глобальні екосистеми через єдині стандарти якості та довіри. Стандартизація розглядається не просто як технічний регламент, а як стратегічний актив, що дозволяє масштабувати процеси, мінімізувати операційні ризики та забезпечувати ідентичну якість продукту в будь-якій точці світу. Особливу увагу приділено викликам імплементації уніфікованих вимог. Визначено критичні бар'єри: суперечність між глобальною уніфікацією та локальною адаптацією ринків, регуляторний протекціонізм національних урядів та технологічний розрив, що обмежує можливості філій у країнах, які розвиваються. Окремо підкреслено проблему морального старіння офіційних норм ISO через стрімкий розвиток штучного інтелекту, що вимагає від менеджменту розробки випереджаючих корпоративних стандартів. Доведено, що сертифікація є механізмом практичної верифікації репутаційного капіталу. Розкрито відмінності між обов'язковою сертифікацією як «дозволом на діяльність» та добровільною як інструментом маркетингової переваги. Окреслено вісім базових принципів менеджменту якості, що формують саморегульовану систему вдосконалення від пріоритету потреб споживача до системності рішень на основі фактів та формування партнерських відносин із постачальниками на взаємовигідних засадах. Важливим аспектом є інтеграція ESG-критеріїв та принципів сталого розвитку в корпоративні стратегії, що стає ключовим маркером легітимності на розвинених ринках. Зроблено висновок, що перехід від цінової боротьби до конкуренції на основі якості, етичності та технологічної досконалості є єдиним шляхом забезпечення довгострокового успіху в міжнародному бізнес-середовищі. Відповідно, для міжнародних компаній адаптація до міжнародних стандартів є стратегічним імперативом для підвищення своєї конкурентоспроможності.*

Ключові слова: *глобальна стандартизація, міжнародна сертифікація, конкурентоспроможність, менеджмент якості, цифровізація, ESG-критерії.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобальної турбулентності та стрімкої цифрової трансформації традиційні показники конкурентних переваг на кшталт доступу до ресурсів чи низької собівартості поступово втрачають свою монопольну значущість. На перший план виходить здатність міжнародних компаній інтегруватися в єдиний світовий економічний простір, де головною перепусткою до споживача стає довіра та відповідність уніфікованим вимогам якості. У цьому контексті глобальна стандартизація та міжнародна сертифікація перестають бути суто технічними інструментами контролю виробництва. Вони перетворюються на центральні елементи стратегічної системи управління конкурентоспроможністю компанії. Стандартизація виступає як універсальна мова бізнесу, що дозволяє корпораціям масштабувати процеси, мінімізувати операційні ризики та забезпечувати ідентичну якість продукту чи послуги практично в будь-якій точці світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стандартизації та сертифікації як інструментів стратегічного розвитку активно досліджуються сучасними науковцями. Зокрема, Балик У. О., Орлова В. В., Данило С. І аналізують еволюцію стандартів якості у сфері послуг в умовах глобалізації [1]. А. Ф. Бондаренко, В. П. Гордієнко та І. М. Діденко обґрунтовують роль стандартизації як ключового чинника зміцнення конкурентоспроможності промислових підприємств [2]. О. В. Дикань, О. О. Бела та П. О. Черномаз розглядають впровадження ESG-критеріїв як інструмент успіху та легітимізації бізнесу на міжнародних ринках [3]. Систему контролю за дотриманням нормативних вимог та особливості процесів сертифікації висвітлює Н. Лапичак [4]. Олійник Н. досліджує особливості міжнародних вимог до національної системи стандартизації України [5]. Шорнікова С., Підопригора Ю., Топчій Н. приділяють увагу використанню системи управління якістю в компанії [7]. Попри значний доробок в даному питанні, сучасні умови та розвиток штучного інтелекту

© Ковальова М. Л., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

зумовлюють потребу в уточненні ролі глобальної стандартизації та міжнародної сертифікації як динамічного активу в управлінні конкурентоспроможністю.

Метою статті є визначення ролі та місця глобальної стандартизації та міжнародної сертифікації як фундаментальних елементів системи управління конкурентоспроможністю міжнародної компанії, а також виявлення резервів підвищення ефективності бізнес-процесів через впровадження уніфікованих міжнародних вимог.

Виклад основного матеріалу дослідження. Актуальність дослідження системи управління конкурентоспроможністю через призму глобальної стандартизації та міжнародної сертифікації обумовлена докорінною трансформацією світового економічного ландшафту. У сучасних умовах, коли фізичні кордони між ринками стають дедалі прозорішими для цифрових та товарних потоків, традиційні методи конкурентної боротьби втрачають свою первинну ефективність. На передній план виходить здатність міжнародної компанії розмовляти з глобальним ринком «єдиною мовою» якості та безпеки, яку забезпечують уніфіковані стандарти ISO та відповідні сертифікаційні процедури.

Сьогодні стандартизація перестала бути суто технічною вимогою виробничого цеху, трансформуючись у стратегічний актив і фундамент ділової репутації. Для транснаціональних корпорацій та компаній, що прагнуть масштабування, наявність міжнародно визнаних сертифікатів слугує беззаперечним підтвердженням їхньої спроможності гарантувати стабільний результат у будь-якій географічній точці. Це особливо важливо в контексті розбудови глобальних ланцюгів постачання, де сертифікація виступає «вхідним квитком» до екосистем найбільших світових гравців, мінімізуючи при цьому трансакційні витрати на аудит та перевірку контрагентів.

Особливої гостроти тема набуває у зв'язку з інтеграцією принципів сталого розвитку та ESG-критеріїв у корпоративні стратегії. Сучасний споживач та інвестор вимагають не просто якісного продукту, а доказів етичного поводження з довкіллям та соціальної відповідальності бізнесу. У цьому розрізі міжнародна сертифікація екологічного менеджменту стає ключовим маркером легітимності компанії на розвинених ринках, дозволяючи уникати регуляторних бар'єрів та підвищувати інвестиційну привабливість.

Крім того, стрімка цифровізація економіки вимагає впровадження нових підходів до стандартизації, що дозволяє компаніям інтегрувати вимоги якості безпосередньо в автоматизовані системи управління, роблячи процес контролю безперервним та прозорим. Таким чином, управління конкурентоспроможністю на основі стандартизації дозволяє підприємству не лише адаптуватися до мінливих вимог середовища, а й формувати власні зони лідерства, базуючись на довірі, технологічній досконалості та безкомпромісній відповідності світовим еталонам.

Водночас міжнародна сертифікація слугує певним показником репутаційного капіталу компанії. Вона підтверджує не лише технічну досконаліть, а й відповідність сучасним етичним, екологічним та безпековим нормам, що є критичним для завоювання лояльності глобального споживача та залучення інвестицій. Таким чином, розгляд стандартизації та сертифікації як фундаменту конкурентоспроможності дозволяє міжнародним компаніям не просто адаптуватися до вимог ринку, а й диктувати власні правила гри, формуючи стандарти галузей майбутнього.

Глобалізація трансформувала міжнародні стандарти якості товарів та послуг з допоміжного інструменту на критичний фактор виживання. Оскільки сучасні ринки є глибоко інтегрованими, міжнародні компанії змушені маневрувати між різними культурними запитами споживачів, регуляторними вимогами та економічними контекстами. За таких умов стандартизація виступає «спільним знаменником», який гарантує стабільну якість сервісу та високий рівень клієнтської лояльності незалежно від географії присутності.

Попри те, що уніфіковані стандарти мінімізують торговельні бар’єри та зміцнюють транскордонну довіру, їх впровадження гальмується локальним протекціонізмом та нерівномірним технологічним розвитком регіонів. До того ж умови ведення бізнесу ускладнюються ще й іноді занадто швидким науково-технічним: інновації не лише відкривають нові горизонти для сервісу, а й миттєво роблять застарілими існуючі нормативи. Це вимагає від бізнесу не просто дотримання правил, а гнучкого стратегічного планування та постійних інвестицій в оновлення стандартів [1].

Стандартизація визначається як системна діяльність із розробки та впровадження уніфікованих нормативних актів, що регламентують процеси створення товарів і послуг. Вона охоплює критичні аспекти виробничого циклу: від забезпечення експлуатаційної безпеки до контролю за дотриманням регуляторних політик. Базуючись на новітніх науково-технічних досягненнях, стандартизація виступає фундаментальним гарантом якості продукції на внутрішньому та світовому ринках. Незалежно від організаційно-правової форми підприємства, відповідність нормативно-технічній документації є обов'язковою умовою легітимності його ринкової присутності. Кінцевою метою цього процесу є гармонізація товарів і послуг з їхнім цільовим призначенням, нівелювання технічних

перешкод у глобальній торгівлі та стимулювання інноваційного розвитку через міжнародне наукове співробітництво [2].

Незважаючи на те, що стандартизація виступає основою для зміцнення конкурентних позицій, її впровадження на світовому рівні наштовхується на серйозні перешкоди. Однією з ключових проблем є суперечність між потребою у глобальній уніфікації та необхідністю локальної адаптації. Оскільки ринки вимагають персоналізації, занадто суворі нормативи ризикують проігнорувати культурні особливості споживачів. Вирішенням проблеми стає використання модульних стандартів, які поєднують єдині базові процеси з гнучкою сервісною оболонкою.

Додаткові труднощі створює регуляторний протекціонізм, коли національні уряди впроваджують специфічні системи сертифікації для захисту внутрішніх виробників. Це змушує міжнародні компанії проходити багаторазову перевірку одного й того самого продукту, що суттєво підвищує їхні операційні витрати. Також суттєвим бар'єром є технологічний розрив, оскільки високі вимоги до кібербезпеки чи автоматизації потребують сучасної інфраструктури. У країнах, що розвиваються, філії часто не можуть підтримувати глобальну планку через брак кваліфікованих фахівців або застарілу технічну базу.

Умови сьогодення та швидкого розвитку технологій створили також проблему швидкого морального старіння стандартів. Технологічний прогрес, зокрема у сфері штучного інтелекту, випереджає швидкість оновлення офіційних нормативів та міжнародних стандартів, наприклад ISO. У результаті бізнес може мати всі необхідні сертифікати, але залишатися технологічно відсталим. Тому ефективне управління конкурентоспроможністю сьогодні передбачає розробку внутрішніх корпоративних регламентів, які діють на випередження загальноприйнятих інституційних норм.

В останні роки у провідних економіках світу спостерігається чітка тенденція до формалізації систем соціально відповідального бізнесу через механізми міжнародної стандартизації. Ці стандарти не лише регламентують фундаментальні засади етичного оперування, а й визначають жорсткі вимоги до нефінансової звітності, що є офіційним підтвердженням соціальної активності компанії. Для вітчизняних підприємств, які прагнуть інтегруватися у світовий економічний простір, критично важливо впроваджувати ці вимоги у свою діяльність. На сучасному етапі розроблено низку глобальних стандартів, що слугують орієнтирами для ініціатив у сфері корпоративної соціальної відповідальності [3].

Перехід від впровадження стандартів до отримання конкурентних переваг неможливий без етапу сертифікації. Якщо стандартизація створює теоретичний фундамент та встановлює чіткі «правила гри», то сертифікація виступає механізмом практичної верифікації цих правил. Вона є логічним завершенням процесу управління якістю, оскільки дозволяє незалежній стороні офіційно підтвердити, що діяльність підприємства дійсно відповідає задекларованим міжнародним стандартам. Тобто стандартизація є процесом встановлення вимог (створення бази), а сертифікація – це процес оцінювання відповідності цим вимогам (отримання доказу).

Варто підкреслити, що стандартизація та сертифікація є фундаментальними інструментами стимулювання міжнародної торгівлі та підтримки етичної конкуренції. Суворе дотримання встановлених регламентів забезпечує паритетність умов для всіх суб'єктів ринку. Це нівелює можливість отримання неправомірних конкурентних переваг за рахунок демпінгу, зумовленого низькою якістю або ігноруванням норм безпеки.

Крім того, гармонізація вимог усуває технічні перешкоди, що сприяє транскордонній мобільності товарів та активізує глобальне економічне зростання. Стандарти також виступають потужним драйвером інновацій: встановлюючи високу «планку» продуктивності, вони змушують виробників оптимізувати технологічні процеси та вдосконалювати продукт. Зрештою, саме наявність сертифікатів стає тим репутаційним маркером, що демонструє клієнтам безкомпромісну відданість компанії принципам якості [4].

Цифрова трансформація стає визначальним вектором розвитку сучасної стандартизації. Глобальні регламенти вимагають переходу на інтелектуальні інструменти управління: від впровадження відповідних форматів та електронних реєстрів до створення відкритих цифрових екосистем доступу до нормативної бази. Такий підхід робить процеси стандартизації та сертифікації більш динамічними, прозорими та інтегрованими в глобальну економіку знань. Реалізація цих принципів є фундаментом для розбудови національної інфраструктури якості, що відповідає вимогам вільної торгівлі, сталого розвитку та технічної безпеки. Для держав, які обрали шлях глибокої інтеграції у світову економічну систему (зокрема, для України), цифровізація стандартів є не просто опцією, а критичною умовою забезпечення міжнародної конкурентоспроможності [5].

Впровадження міжнародних стандартів ISO серії 9000 у практичну діяльність підприємств відкриває широкі перспективи для підвищення результативності та якості операційних процесів, що

безпосередньо конвертується у випуск конкурентоспроможної продукції. Орієнтація на ці стандарти є довгостроковою стратегією розвитку, де якість виступає центральним вектором підвищення загальної ефективності організації. Водночас слід зауважити, що серія ISO 9000 окреслює лише базовий рівень вимог до систем менеджменту якості й не охоплює аспект екологічного впливу виробництва. Для вирішення завдань екологічної безпеки застосовуються стандарти ISO серії 14000, які регламентують принципи управління довкіллям, процедури екологічного аудиту та вимоги до кваліфікації експертів-аудиторів. Важливо підкреслити, що імплементація цих нормативів базується на принципі добровільності, що підкреслює високу свідомість та соціальну відповідальність бізнесу [6].

У системі міжнародного бізнесу поділ на добровільну та обов'язкову сертифікацію є базовим механізмом регулювання ринку. Це розмежування визначає, чи є сертифікат «дозволом на діяльність» або виступає як «інструмент маркетингової переваги».

Метою обов'язкової сертифікації є передусім безпека споживача та захист навколишнього середовища, фактично це підтвердження відповідності товарів чи послуг жорстким законодавчим вимогам. Відповідно, це стосується продукції, що несе потенційний ризик (електроніка, медичне обладнання, дитячі товари, харчові продукти, транспорт), при цьому правовою основою є технічні регламенти (наприклад, CE для ЄС, FDA для США). Без наявного сертифікату компанія не має права легально продавати товар на даному ринку. Це «жорсткий» бар'єр для входу.

Добровільна сертифікація, на відміну від обов'язкової, проводиться за ініціативою самої компанії для підтвердження того, що його продукція або процеси відповідають вищим стандартам, ніж того вимагає закон. Метою в даному випадку є зміцнення репутації, участь у міжнародних тендерах, залучення інвесторів та підвищення вартості бренду. Зазначимо, що в сучасному світі без неї неможливо підписати контракт із великими міжнародними корпораціями, які вимагають сертифікованої якості від усіх своїх постачальників.

Оскільки стандарти ISO мають статус глобальних еталонів, їх повсюдно застосовують для проектування, впровадження та офіційної сертифікації систем менеджменту якості. Фундаментом ефективного управління міжнародною компанією згідно з цією методологією є вісім базових принципів, що забезпечують її життєздатність:

1. Пріоритет потреб споживача.
2. Стратегічне лідерство керівництва.
3. Залучення та розвиток висококваліфікованого персоналу.
4. Процесний підхід до виконання завдань.
5. Системність у прийнятті управлінських рішень.
6. Безперервний розвиток та оперативне усунення дефектів.
7. Прийняття рішень на основі фактів (аналітичний підхід).
8. Формування партнерських відносин із постачальниками на взаємовигідних засадах.

Критично важливо, щоб топ-менеджмент не лише формально визнавав, а й прозоро інтегрував кожен із цих принципів у щоденну практику. Ігнорування або нерозуміння навіть одного з елементів неминуче призводить до деградації системи управління та зниження її загальної ефективності [7].

Міжнародна сертифікація є механізмом матеріалізації репутаційного капіталу компанії. Якщо обов'язкова сертифікація гарантує лише «право на вхід» до ринку, то добровільна сертифікація (якість, екологічність, соціальна відповідальність) створює реальні конкурентні переваги. Вона мінімізує технічні бар'єри в торгівлі, оптимізує трансакційні витрати на перевірку контрагентів та слугує потужним сигналом для інвесторів щодо стабільності та прогнозованості бізнес-моделі. Для компаній із країн, що перебувають на етапі активної інтеграції у світовий ринок, адаптація до міжнародних стандартів є єдиним шляхом подолання технологічного відставання. Це стратегічний імператив, який дозволяє замінити цінову конкуренцію конкуренцією, в основі якої акцент на якості та надійності, що є необхідною умовою довгострокового успіху в міжнародному бізнес-середовищі.

Висновки. Стандартизація переросла межі суто технічного регулювання виробничих процесів, перетворившись на стратегічний фундамент міжнародного бізнесу. В сучасних умовах вона виступає «універсальною мовою» довіри, яка дозволяє компаніям ефективно функціонувати в умовах мультикультурних ринків та складних регуляторних систем. Відповідність міжнародним стандартам (зокрема серії ISO) є не просто бажаною умовою, а критичним фактором легітимізації бізнесу в глобальних ланцюгах доданої вартості. Впровадження восьми принципів менеджменту якості створює саморегульовану систему, здатну до постійного вдосконалення. Це стимулює інноваційну активність підприємства, оскільки високі вимоги стандартів змушують менеджмент постійно шукати шляхи оптимізації ресурсів та вдосконалення продукту. Таким чином, глобальна стандартизація та міжнародна сертифікація є драйверами технологічного прогресу, а не його стримуючими факторами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балик У. О., Орлова В. В., Данило С. І. Аналіз розвитку міжнародних стандартів якості послуг у контексті глобалізаційних викликів. *Здобутки економіки: перспективи та інновації.* 2024. № 8. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.12755126
2. Бондаренко А. Ф., Гордієнко В. П., Діденко І. М. Роль стандартизації в конкурентоспроможності промислового підприємства. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка.* 2021. № 4. С. 99–105. DOI: https://doi.org/10.21272/1817-9215.2021.4-12
3. Дикань О. В., Бела О. О., Черномаз П. О. Стандарти соціально відповідальної діяльності бізнесу як інструмент успіху на міжнародних ринках. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 84. С. 223–232. DOI: https://doi.org/10.18664/btie.84.301502
4. Лапичак Н. Характеристика системи контролю за дотриманням вимог стандартизації й сертифікації продукції. *Київський економічний науковий журнал.* 2024. № 5. С. 65–69. DOI: https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-10
5. Олійник Н. Особливості міжнародних вимог до національної системи стандартизації України. *Публічне управління: концепції, парадигма, розвиток, удосконалення.* 2025. № 13. С. 77–84. DOI: https://doi.org/10.31470/2786-6246-2025-13-77-84
6. ISO: Global standards for trusted goods and services. URL: https://www.iso.org/home.html
7. Шорнікова С., Підопригора Ю., Топчій Н. Якість продукції як об'єкт управління на виробництві. Використання системи управління якістю. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка.* 2023. № 18. С. 162–169. DOI: https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.18.18

REFERENCES

1. Balyk U. O., Orlova V. V., & Danylo S. I. (2024). Analiz rozvytku mizhnarodnykh standartiv yakosti posluh u konteksti hlobalizatsiinykh vyklykiv [Analysis of the development of international service quality standards in the context of globalization challenges]. *Zdobutky ekonomiky: perspektyvy ta innovatsii*, no. 8. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.12755126 (in Ukrainian)
2. Bondarenko A. F., Hordiienko V. P., & Didenko I. M. (2021). Rol standartyzatsii v konkurentospromozhnosti promyslovoho pidpryiemstva [The role of standardization in the competitiveness of an industrial enterprise]. *Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriia Ekonomika*, no. 4, pp. 99–105. DOI: https://doi.org/10.21272/1817-9215.2021.4-12 (in Ukrainian)
3. Dykan O. V., Bela O. O., & Chornomaz P. O. (2023). Standarty sotsialno vidpovidalnoi diialnosti biznesu yak instrument uspikhu na mizhnarodnykh rynkakh [Standards of socially responsible business activity as a tool for success in international markets]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 84, pp. 223–232. DOI: https://doi.org/10.18664/btie.84.301502 (in Ukrainian)
4. Lapychak N. (2024). Kharakterystyka systemy kontroliu za dotrymanniam vymoh standartyzatsii i sertyfikatsii produktsii [Characteristics of the system for monitoring compliance with the requirements of standardization and certification of products]. *Kyivskyi ekonomichnyi naukovyi zhurnal*, no. 5, pp. 65–69. DOI: https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-10 (in Ukrainian)
5. Oliinyk N. (2025). Osoblyvosti mizhnarodnykh vymoh do natsionalnoi systemy standartyzatsii Ukrainy [Peculiarities of international requirements for the national standardization system of Ukraine]. *Publichne upravlinnia: kontseptsii, paradyhma, rozvytok, udoskonalennia*, no. 13, pp. 77–84. DOI: https://doi.org/10.31470/2786-6246-2025-13-77-84 (in Ukrainian)
6. ISO: Global standards for trusted goods and services. URL: https://www.iso.org/home.html
7. Shornikova S., Pidopryhora Yu., & Topchii N. (2023). Yakist produktsii yak obiekt upravlinnia na vyrobnytstvi. Vykorystannia systemy upravlinnia yakistiu [Product quality as an object of management in production. Use of the quality management system]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Seriia: Ekonomika*, no. 18, pp. 162–169. DOI: https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.18.18 (in Ukrainian)

Mariia Kovalova
State University of Trade and Economics

GLOBAL STANDARDIZATION AND INTERNATIONAL CERTIFICATION AS THE BASIS OF THE COMPETITIVENESS MANAGEMENT SYSTEM OF AN INTERNATIONAL COMPANY

Abstract. *The article examines the transformative role of global standardization and international certification within the strategic management system of modern companies. It is substantiated that under contemporary conditions, traditional competitiveness factors are being superseded by a business's ability to integrate into global ecosystems through uniform standards of quality and trust. Standardization is viewed not merely as a technical regulation but as a strategic asset that enables the scaling of processes, mitigation of operational risks, and assurance of consistent product quality worldwide. Particular attention is paid to the challenges of implementing unified requirements. Critical barriers are identified, including the tension between global unification and local market adaptation, regulatory protectionism of national governments, and the technological divide that limits the capacity of subsidiaries in developing countries. The study emphasizes the rapid obsolescence of official ISO norms due to the swift advancement of artificial intelligence, necessitating the development of proactive corporate standards. The author demonstrates that certification serves as a*

mechanism for the practical verification of reputational capital. The distinction between mandatory certification as a «license to operate» and voluntary certification as a strategic marketing tool is revealed. Furthermore, the article outlines eight fundamental principles of quality management that form a self-regulating system of continuous improvement ranging from customer focus and evidence-based decision-making to the establishment of mutually beneficial supplier relationships. A significant focus is placed on the integration of ESG criteria and sustainability principles into corporate strategies, which serve as key markers of legitimacy in developed markets. The study concludes that transitioning from price-based rivalry to competition based on quality, ethics, and technological excellence is the primary pathway to long-term success. Consequently, for international companies, alignment with international standards remains a strategic imperative for enhancing global competitiveness.

Keywords: *global standardization, international certification, competitiveness, quality management, digitalization, ESG criteria.*

Дата надходження статті: 21.02.2026
Дата прийняття статті: 17.03.2026
Дата публікації статті: 30.03.2026