

Сумець Олександр Михайлович, д-р екон. наук, доцент, академік Академії економічних наук України, старший науковий співробітник Науково-дослідної лабораторії «Науки про Землю», Національний університет «Києво-Могилянська академія», вул. Григорія Сковороди, 2, Київ 04655, Україна
sumets.alexander@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7116-3857>
Researcher ID: H-9132-2018

Рижиков Ігор Володимирович
Магістр кафедри екології Національного університету «Києво-Могилянська академія», вул. Григорія Сковороди, 2, Київ 04655, Україна
igor.rychikov@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Horoshkova Lidiia, D. Sc. in Economics, Professor, National university of «Kyiv-Mohyla academy», 2, Skovorody vul., Kyiv, 04070, Ukraine
e-mail: goroshkova69@gmail.com

Menshov Oleksandr, Dr. Sci. (Geol.), Senior Researcher, Associate Professor of the Geoinformatics Department, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of Geology, 90 Vasylkivska Str., Kyiv, 03022, Ukraine
menshov.o@ukr.net

Vasyl'yeva Olena, D. Sc. in Economics, Professor, National University «Zaporizhzhia Polytechnic» 64, Zhukovsky Str., Zaporizhzhia, 69063, Ukraine
e-mail: olena.vasilyeva@gmail.com

Sumets Alexander, D. Sc. in Economics, Senior Researcher, Research Laboratory «Earth Sciences», National university of «Kyiv-Mohyla academy», 2 Skovorody vul., Kyiv 04070, Ukraine
sumets.alexander@gmail.com

Ryshkov Ihor

Magister of Department of Environmental Studies, National university of «Kyiv-Mohyla academy», 2 Skovorody vul., Kyiv 04070, Ukraine
igor.rychikov@gmail.com

УДК 351/354

<https://doi.org/10.31470/2306-546X-2023-57-45-51>

РОЗВИТОК КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКІВ

Ігнатенко М. М.
Мармуль Л. О.
Романюк І. А.

Предметом дослідження є процес формування та реалізації конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків.

Метою роботи є дослідження взаємозв'язку між глобалізацією ринків та розвитком конкурентних стратегій підприємств, а також надання рекомендацій підприємствам щодо розвитку ефективних конкурентних стратегій, які враховують глобальні тенденції та особливості місцевих ринків.

Методологічною основою статті можуть бути різні підходи та методи дослідження, в залежності від конкретної спрямованості. Використані методи економічного аналізу, зокрема порівняльний аналіз різних конкурентних стратегій, SWOT-аналіз, аналіз Портера та інші. Також використані методи соціологічного дослідження, зокрема опитування різних груп зацікавлених сторін, або методи практичного досвіду, включаючи кейс-студії успішних підприємств та їх стратегій.

Результати роботи. Встановлено, що в умовах глобалізації ринків, підприємства повинні розробляти конкурентні стратегії, що враховують тенденції розвитку глобального ринку та особливості конкуренції у різних регіонах світу. Визначено основні чинники, що впливають на розробку конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків, зокрема: зміни у політичному, економічному, соціокультурному та технологічному середовищі, зростання конкуренції, зміни вимог споживачів, посилення впливу регулюючих органів тощо. Досліджено основні стратегії, що можуть бути застосовані підприємствами в умовах глобалізації ринків, такі як: стратегії диференціації, стратегії зниження вартості, стратегії фокусування та комбіновані стратегії. З'ясовано, що успішність

конкурентної стратегії підприємства в умовах глобалізації ринків залежить від кількох факторів, зокрема: вибору правильної стратегії, ефективного управління ресурсами, адаптації до місцевих умов та взаємодії з партнерами. Надано рекомендації щодо розробки та реалізації конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків, зокрема: аналізувати тенденції розвитку глобального ринку. Визначено ключові фактори, які впливають на формування та реалізацію конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків. Це дає можливість підприємствам більш ефективно адаптуватися до змінних умов ринку та розробляти свої стратегії на основі аналізу цих факторів.

Галузь застосування результатів. Рекомендації щодо розвитку конкурентних стратегій, які були сформульовані, можуть бути використані підприємствами різного розміру та галузей, які ефективно конкурують на міжнародних ринках. Зокрема, дослідження можуть бути корисними для менеджерів, які відповідають за розвиток стратегій компаній, а також для дослідників і викладачів, які займаються проблемами конкурентоспроможності підприємств.

Висновки. Розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків є важливим фактором їх успіху та збереження конкурентоспроможності. Ефективний вибір та реалізація стратегій потребує глибокого аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, ретельного вивчення конкурентного поля та використання сучасних інструментів стратегічного менеджменту.

Ключові слова: конкурентні стратегії, глобалізація ринків, стратегічне управління, міжнародна торгівля, міжкультурні відмінності, конкурентоспроможність, адаптація до змін, інновації, зовнішня середовище, ризики в управлінні.

DEVELOPMENT OF COMPETITIVE STRATEGIES BY ENTERPRISES IN THE GLOBALIZATION OF MARKETS

Ihnatenko Mykola,
Marmul Larisa,
Romaniuk Iryna

The subject of the study is the process of formation and implementation of competitive strategies of enterprises in the conditions of globalization of markets.

The purpose of the article is to study the relationship between the globalization of markets and the development of competitive strategies of enterprises, as well as to provide recommendations to enterprises on the development of effective competitive strategies that take into account global trends and the peculiarities of local markets.

The methodological basis of the article can be various research approaches and methods, depending on the specific orientation. The methods of economic analysis are used, in particular, comparative analysis of various competitive strategies, SWOT analysis, Porter's analysis, and others. Also used are methods of sociological research, in particular surveys of various groups of stakeholders, or methods of practical experience, including case studies of successful enterprises and their strategies.

Results of the article. It has been established that in the conditions of globalization of markets, enterprises must develop competitive strategies that take into account the trends of global market development and the peculiarities of competition in different regions of the world. The main factors influencing the development of competitive strategies of enterprises in the conditions of globalization of markets are identified, in particular: changes in the political, economic, socio-cultural and technological environment, the growth of competition, changes in consumer requirements, the strengthening of the influence of regulatory bodies, etc. The main strategies that can be applied by enterprises in the conditions of globalization of markets, such as: differentiation strategies, cost reduction strategies, focusing strategies and combined strategies, are studied. It was found that the success of the company's competitive strategy in the conditions of globalization of markets depends on several factors, in particular: choosing the right strategy, effective management of resources, adaptation to local conditions and interaction with partners. Recommendations are given on the development and implementation of competitive strategies of enterprises in the conditions of globalization of markets, in particular: analyze trends in the development of the global market. An additional result is the identification of key factors that influence the formation and implementation of competitive strategies of enterprises in the conditions of globalization of markets. This enables enterprises to more effectively adapt to changing market conditions and develop their strategies based on the analysis of these factors.

Field of application of results. The recommendations for the development of competitive strategies that have been formulated can be used by enterprises of various sizes and industries that wish to compete in international markets. In particular, the research can be useful for managers who are responsible for the development of company strategies, as well as for researchers and teachers who deal with problems of competitiveness of enterprises.

Conclusions. The development of competitive strategies of enterprises in the conditions of globalization of markets is an important factor in their success and preservation of competitiveness. Effective selection and implementation of strategies requires a deep analysis of external and internal environmental factors, a thorough study of the competitive field, and the use of modern strategic management tools.

Key words: competitive strategies, globalization of markets, strategic management, international trade, intercultural differences, competitiveness, adaptation to changes, innovations, external environment, management risks.

JEL Classification: F17, O10, O33

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації ринків конкуренція стає все більш жорсткою і підприємства повинні розробляти ефективні конкурентні стратегії, які б дозволили їм не тільки виживати на ринку, але і успішно конкурувати з іншими гравцями. Однак, у зв'язку зі зростаючою невизначеністю та непередбачуваністю ринкових умов, важливо розробляти гнучкі та адаптивні конкурентні стратегії, які можна швидко перетворювати для забезпечення конкурентної переваги. Тому важливо проаналізувати сучасні тенденції розвитку ринків та визначити фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємств, щоб на основі цього розробити ефективну конкурентну стратегію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження та публікації підтверджують те, що глобалізація ринків вимагає від підприємств розробки ефективних конкурентних стратегій. Серед них праці Задорожньої С., Ковальчук Т., Конончук О., Котельникова Д., Пічкурової З., Смоленюк П. та ін. Публікації демонструють, що глобалізація ринків є важливим фактором для розвитку конкурентних стратегій підприємств. Підприємства повинні розглядати глобалізацію як можливість для розвитку нових конкурентних переваг, а не тільки як загрозу, і використовувати комбіновані стратегії, які враховують як глобальні, так і місцеві ринки.

Мета статті полягає в дослідженні взаємозв'язку між глобалізацією ринків та розвитком конкурентних стратегій підприємств, а також наданні рекомендацій підприємствам щодо розвитку ефективних конкурентних стратегій, які враховують глобальні тенденції та особливості місцевих ринків.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі, де глобалізація ринків стала невід'ємною частиною економічного розвитку, підприємства стикаються зі зростаючим рівнем конкуренції. Для того, щоб вижити і процвітати в такому середовищі, вони повинні розробляти та реалізовувати ефективні конкурентні стратегії [1-5]. Розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків включає в себе декілька ключових аспектів:

1) глобалізація ринків визначається як процес інтеграції різних національних ринків у єдиний світовий ринок. Цей процес зумовлений зростанням міжнародної торгівлі та інвестицій, збільшенням міжнародної конкуренції та впровадженням нових технологій;

2) розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків вимагає від підприємств здійснення комплексних аналізів ринку, а також врахування різних факторів, таких як політичні, економічні, соціальні та технологічні;

3) ключовими факторами, які впливають на розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків, є збільшення конкуренції, розвиток технологій, зміни у попиті споживачів, зміни в законодавстві, зміни у політичному та економічному середовищі;

4) розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків включає в себе використання різних підходів до конкуренції, таких як стратегія низьких витрат, стратегія диференціації, стратегія фокусування на певному сегменті ринку тощо;

5) успішний розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків потребує не тільки вибору правильної стратегії, але і її ефективної реалізації. Для цього необхідно забезпечити належне управління процесом виробництва та контролювати вартість продукції, забезпечити якість продукції та підтримувати високий рівень задоволеності споживачів.

Для успішного розвитку конкурентних стратегій в умовах глобалізації ринків важливо здійснювати постійний моніторинг ринкових тенденцій та виявляти нові можливості для розвитку бізнесу [6-9]. Також необхідним є підвищення ефективності внутрішнього управління та забезпечення високої кваліфікації персоналу. Необхідно зазначити, що успішний розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків можливий тільки при використанні інноваційних технологій та підходів. Наприклад, цифрові технології, штучний інтелект, блокчейн та інші інновації можуть допомогти підприємствам ефективніше взаємодіяти зі споживачами та забезпечити швидкий доступ до інформації про поточні тенденції та потреби ринку.

Варто зазначити, що для успішного розвитку конкурентних стратегій підприємств важливим є не тільки здатність адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, але і здатність до самокритичності та змін у внутрішньому середовищі підприємства. Це може включати перегляд стратегії та бізнес-моделі, підвищення якості управління та оптимізацію бізнес-процесів. Основними елементами розвитку конкурентних стратегій підприємств є:

- розуміння специфіки ринку, на якому вони діють – при розробці стратегії необхідно звертати увагу на особливості культури, мови та поведінки споживачів на цьому ринку, щоб ефективно взаємодіяти з ними та задовольняти їхні потреби;

- взаємодія зі стейкхолдерами, такими як споживачі, партнери та інвестори – обов'язково потрібно забезпечити взаємовигідні умови співпраці зі всіма стейкхолдерами, щоб створити максимально ефективну стратегію, яка задовольнятиме потреби всіх зацікавлених сторін;

- постійний моніторинг ринку та змін у зовнішньому середовищі – має бути готовим до швидкої реакції на зміни та адаптуватися до них, щоб зберегти свою конкурентну позицію та забезпечити стійкий розвиток;

- використання сучасних інструментів та технологій, наприклад, використання аналітики даних та машинного навчання може допомогти підприємству зрозуміти поведінку споживачів та ринкові тенденції, що дозволить розробити ефективну стратегію;

- розвиток власної маркетингової стратегії, що дає можливість підприємству ефективно просувати свій продукт на ринку та зберегти конкурентну позицію. Ключовим елементом маркетингової стратегії є розробка бренду, який дозволить підприємству стати впізнаваним та відрізнитися від конкурентів;

- постійна інноваційна діяльність – вдосконалювати свій продукт та сервіси, випускати нові продукти та розвиватися в нових напрямках. Це дозволить підприємству не тільки зберегти свою конкурентну позицію, але й розширити свій бізнес та зайняти нові позиції на ринку.

Також для розвитку конкурентних стратегій підприємств у глобальному середовищі важливо використовувати інноваційні підходи. Це може бути впровадження нових технологій, створення інноваційних продуктів або вдосконалення бізнес-моделей. Такі кроки дозволяють підприємствам відрізнятись від конкурентів та займати лідерські позиції на ринку. Крім того, необхідно розуміти особливості глобального ринку та здійснювати аналіз конкурентних переваг і недоліків підприємств [10-14]. Наприклад, збільшення кількості конкурентів на ринку може призвести до падіння цін на товари або послуги, тому підприємства повинні бути готові до таких ситуацій та розробляти стратегії, які дозволять їм ефективно конкурувати в таких умовах.

Ефективним способом розвитку конкурентних стратегій підприємств в глобальному середовищі є партнерство та співпраця з іншими підприємствами, які мають спільні інтереси. Це може бути розробка спільних проєктів, об'єднання зусиль для вирішення спільних проблем, обмін знаннями та досвідом. Такі партнерства дозволяють підприємствам займати більш вигідні позиції на ринку та розвиватись ефективніше в умовах глобалізації. Іншим аспектом розвитку конкурентних стратегій в умовах глобалізації ринків є врахування місцевих особливостей та культурних різниць. Підприємства повинні адаптувати свої продукти та послуги до потреб і вимог місцевих споживачів, враховуючи культурні особливості та інші фактори. Також важливо звертати увагу на ризики та виклики, пов'язані з глобалізацією ринків, такі як зміни валютних курсів, політичні та економічні кризи в різних країнах, а також регулювання діяльності підприємств у різних країнах.

Ключовим аспектом розвитку конкурентних стратегій є постійна увага до вдосконалення внутрішніх процесів та залучення талановитих фахівців. Підприємства повинні забезпечувати високий рівень професійного розвитку своїх працівників, використовувати новітні технології та вдосконалювати внутрішні процеси, щоб забезпечити ефективну діяльність та здатність конкурувати на глобальному ринку. Взагалі, розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків є складним та динамічним процесом, що вимагає від підприємств постійної уваги до змін на ринку та здатності адаптуватись до них. Необхідно враховувати різноманітні фактори та використовувати різні підходи для досягнення успіху на глобальному ринку.

Іншою суттєвою частиною конкурентної стратегії є вибір ринків, на яких підприємство зосередить свою увагу. В умовах глобалізації ринків дедалі більше підприємств звертають увагу на міжнародні ринки і розглядають можливість експортування своїх товарів та послуг за кордон. Проте, перед тим як обрати ринки для виходу на них, підприємство повинно провести аналіз ринку, його споживачів та конкурентів [15-18]. Аналіз ринку допоможе підприємству зрозуміти, які товари та послуги є популярними на даному ринку, які є потреби споживачів, які цінові та маркетингові стратегії використовують конкуренти та як можна підійти до цього ринку зі своїми пропозиціями. Ще одним елементом конкурентної стратегії є визначення переваг підприємства перед конкурентами. Це може бути, наприклад, більш ефективний процес виробництва, унікальні технології, більш високоякісні товари або послуги, більш гнучкі ціни тощо. Важливо, щоб підприємство могло чітко виділити свої переваги перед конкурентами та використовувати їх для залучення споживачів на свій бік.

Успіх конкурентної стратегії залежить від її виконання та реалізації в життя. Підприємство повинно розробити плани та програми дій, які допоможуть здійснити обрану стратегію. Важливо також відслідковувати результати реалізації стратегії та вносити корективи у разі необхідності. Інші підходи до розвитку конкурентних стратегій в умовах глобалізації ринків можуть включати:

1. Розробку стратегій диференціації, тобто створення унікальних товарів і послуг, які відрізняються від товарів та послуг, що пропонують конкуренти. Цей підхід дозволяє підприємствам підвищити ціни на свої товари та послуги, що збільшує їх прибуток та стабільність на ринку. Однак, цей підхід може вимагати значних витрат на дослідження та розробку нових товарів і послуг.

2. Розвиток стратегій лідерства вартості, тобто зниження витрат на виробництво товарів і послуг, щоб підприємство могло пропонувати товари та послуги за нижчими цінами, ніж конкуренти. Цей підхід може допомогти підприємствам залучити нових клієнтів, але вимагає постійного вдосконалення процесів та оптимізації витрат на виробництво.

3. Використання стратегій фокусування на конкретних сегментах ринку, тобто спрямованості на задоволення потреб окремої групи споживачів. Цей підхід дозволяє підприємствам бути більш успішними в обслуговуванні конкретних сегментів ринку та зменшує конкуренцію, однак, може обмежувати можливості зростання та розвитку компанії.

У кожного підходу є свої переваги та недоліки, тому для досягнення успіху в умовах глобалізації ринків необхідно вибрати той, який найбільше підходить для певного підприємства та його конкретної ситуації [19]. Крім того, важливим фактором в розвитку конкурентних стратегій підприємств є їхній підхід до інновацій. У глобальному бізнес-середовищі інновації можуть стати ключовим інструментом в конкурентній боротьбі, дозволяючи підприємствам отримувати переваги перед конкурентами і реагувати на зміни в ринкових умовах. Важливою частиною розвитку інноваційної стратегії є не тільки розробка нових продуктів та технологій, але і забезпечення швидкої комерціалізації та їхнього успішного впровадження на ринку.

Ефективний розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків потребує також розуміння та використання культурної та міжкультурної специфіки різних ринків. Для успішного ведення

бізнесу на міжнародних ринках важливо мати належне розуміння культурних різниць між різними країнами та вміти адаптувати свої продукти та послуги до вимог місцевих споживачів. Крім того, міжкультурна комунікація та управління міжнародними командами є ключовими елементами успішного бізнесу в умовах глобалізації.

Висновки. Розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків є невід'ємною умовою успіху і стабільного розвитку. Конкуренція на міжнародному рівні, культурні та соціальні відмінності, технологічний прогрес – ці фактори ставлять перед підприємствами нові виклики. Через аналіз ринку та конкурентів, інновації та диференціацію, розвиток міжнародного співробітництва, адаптацію до місцевих умов та ефективне управління постачанням підприємства можуть розробити й впровадити конкурентні стратегії, які допоможуть їм забезпечити стабільну позицію на глобальному ринку. Проте варто пам'ятати, що розвиток конкурентних стратегій є постійним процесом. Підприємства повинні постійно моніторити зміни на ринку, аналізувати дії конкурентів та споживачів, інновації та технологічний прогрес. Вони повинні бути готові адаптуватися до змін і вчасно вносити корективи у свої стратегії.

У результатах глобалізації ринків, конкурентні стратегії стають все більш важливим інструментом для досягнення конкурентної переваги і забезпечення успіху підприємств. Ефективний розвиток та використання стратегій дозволить підприємствам зайняти вигідні позиції на глобальних ринках і забезпечити стійкий розвиток у конкурентному середовищі. Варто зазначити, що розвиток конкурентних стратегій в умовах глобалізації ринків – це складний і багатогранний процес, який вимагає глибокого аналізу, інноваційного мислення та гнучкості. Підприємства, які здатні ефективно реалізувати конкурентні стратегії, матимуть перевагу на глобальних ринках та зможуть прогресувати в умовах зростаючої конкуренції та глобалізації економіки.

Список використаних джерел

1. Котельников Д. І., Задорожна С. М. *Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2014. 168 с.*
2. Кульпінська Л. *Конкурентоспроможність національної економіки в контексті інтеграційних процесів. Вісник КНТЕУ. 2019. № 5. С. 87-99.*
3. Ігнатенко М. М., Леваєва Л. Ю., Романюк І. А. *Інформаційне забезпечення організаційно-економічних пріоритетів розвитку фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств. Ефективна економіка. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7854>*
4. Пічкурова З. В. *Світова практика державної підтримки малого та середнього бізнесу в умовах пандемії COVID-19. Науковий економічний журнал «Інтелект XXI». К.: Видавничий дім «Гельветика», 2020. № 6. С. 85-91.*
5. Романюк І. А., Мандич О. В., Севідова І. О., Квятко Т. М., Бабко Н. М. *Рекламний менеджмент: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ. 2020. 162 с.*
6. Ігнатенко М. М. *Планування і прогнозування соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки. Агросвіт. 2015. № 17. С. 31-37.*
7. Обруч Г. В., Іванюта Б. Л., Журавльов К. В. *Проблеми і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 61. С. 53-62.*
8. Мармуль Л. О., Романюк І. А., Полегенько А. С. *Конкурентоспроможність плодоовочевої продукції та маркетингові стратегії розвитку її ринку. Причорноморські економічні студії. Вип. 1. 2016. С. 95-98.*
9. Ковальчук Т., Конончук О. *Міжнародні злиття та поглинання як фактор посилення конкурентоспроможності ТНК. Галицький економічний вісник. 2020. №4 (65). С. 224-236.*
10. Мармуль Л., Романюк І. *Потенціал конкурентоспроможності підприємницької діяльності у галузі сільського зеленого туризму. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2017. № 1 (37). С. 47-50.*
11. Ігнатенко М. М. *Становлення стратегічного управління соціальною відповідальністю суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки. Вісник Сумського національного аграрного університету: наук. жур. Серія «Економіка і менеджмент». Вип. 12(66). Суми: СНАУ. 2015. С. 163-168.*
12. Мандич О. В., Науменко І. В., Романюк І. А. *Формування політики товаророзподілу в інтегрованих структурах. Актуальні проблеми інноваційної економіки, 2019. Вип. 4. С. 83-87.*
13. Смоленюк П. С. *Обґрунтування конкурентної стратегії підприємств. Інноваційна економіка. 2012. № 29. С. 86-93.*
14. Романюк І. А. *Вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств. Молодь і сільськогосподарська техніка у XXI сторіччі: 3б. матер. XVI-й Міжнар. форум молоді. Харків: ХНТУСГ. 2020. С. 206*
15. Тульчинська С. О., Дергалюк М. О., Радкевич Д. О. *Стратегія підвищення конкурентоспроможності українських товаровиробників на світовому ринку в умовах макроекономічної нестабільності. Ефективна економіка. 2021. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8493>*
16. Ігнатенко М. М., Леваєва Л. Ю., Мармуль Л. О. *Конкурентні переваги як джерела організаційно-економічних пріоритетів розвитку фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств. Агросвіт. 2020. № 10. С. 4-10.*
17. Севідова І. О., Мандич О. В., Квятко Т. М., Бабко Н. М., Романюк І. А. *Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 200 с.*

18. Барабась Д. О. Конкурентні стратегії підприємства. Стратегія економічного розвитку України. 2013. Вип. 2-3. С. 200-208.

19. Ihnatenko M. M., Romaniuk I. A., Yatsenko Ya. I. Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state. *Економічний вісник університету*. 2021. Вип. 51. С. 7-13.

References

1. Kotel'nykov, D. I., Zadorozhna, S. M. (2014). *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu* [Management of competitiveness]. Kyiv : Vydavnychyy Dim «Slovo».

2. Kul'pins'ka, L. (2019). *Konkurentospromozhnist' natsional'noyi ekonomiky v konteksti intehratsiynykh protsesiv* [Competitiveness of the national economy in the context of integration processes]. *Visnyk KNTEU*, 5, 87-99.

3. Ihnatenko, M. M., Levayeva, L. Yu., Romaniuk, I. A. (2020). *Informatsiyne zabezpechennya orhanizatsiyno-ekonomichnykh priorytetiv rozvytku fermers'kykh hospodarstv i sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv* [Information provision of organizational and economic priorities for the development of farms and agricultural enterprises]. *Efektivna ekonomika*, 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7854>

4. Pichkurova, Z. V. (2020). *Svitova praktyka derzhavnoyi pidtrymky maloho ta seredn'oho biznesu v umovakh pandemiyi COVID-19* [Global practice of state support for small and medium-sized businesses in the conditions of the COVID-19 pandemic]. *Naukovyy ekonomichnyy zhurnal «Intelekt KHKHI»*. K.: Vydavnychyy dim «Hel'vetyka», 6, 85-91.

5. Romaniuk, I. A., Mandych, O. V., Syevidova, I. O., Kvyatko, T. M., Babko, N. M. (2020). *Reklamnyy menedzhment* [Advertising management]. Kharkiv: KHNTUSH.

6. Ihnatenko, M. M. (2015). *Planuvannya i prohnozuvannya sotsial'noyi vidpovidal'nosti sub'yektiv hospodaryuvannya ahrarnoyi sfery ekonomiky* [Planning and forecasting of social responsibility of business entities in the agrarian sector of the economy]. *Ahrosvit*, 17, 31-37.

7. Obruch, H. V., Ivanyuta, B. L., Zhuravl'ov, K. V. (2018). *Problemy i perspektyvy rozvytku maloho ta seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukraini* [Problems and prospects for the development of small and medium-sized enterprises in Ukraine]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, 61, 53-62.

8. Marmul', L. O., Romaniuk, I. A., Polehen'ko, A. S. (2016). *Konkurentospromozhnist' plodoovochevoyi produktsiyi ta marketynhovi stratehiyi rozvytku yiyi rynku* [Competitiveness of fruit and vegetable products and marketing strategies for the development of its market]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, 1, 95-98.

9. Koval'chuk, T., Kononchuk, O. (2020). *Mizhnarodni zlyttya ta pohlynannya yak faktor posylennya konkurentospromozhnosti TNK* [International mergers and acquisitions as a factor in strengthening the competitiveness of TNC]. *Halyts'kyy ekonomichnyy visnyk*, 4 (65), 224-236.

10. Marmul', L., Romaniuk, I. (2017). *Potentsial konkurentospromozhnosti pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti u haluzi sil's'koho zelenoho turyzmu* [Competitiveness potential of entrepreneurial activity in the field of rural green tourism]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 1 (37), 47-50.

11. Ihnatenko, M. M. (2015). *Stanovlennya stratehichnoho upravlinnya sotsial'noyu vidpovidal'nistyu sub'yektiv hospodaryuvannya ahrarnoyi sfery ekonomiky* [Formation of strategic management of social responsibility of economic entities in the agrarian sphere of economy]. *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriya «Ekonomika i menedzhment»*, 12(66), 163-168.

12. Mandych, O. V., Naumenko, I. V., Romaniuk, I. A. (2019). *Formuvannya polityky tovarorozpodilu v intehrovanykh strukturakh* [Formation of the policy of product distribution in integrated structures]. *Aktual'ni problemy innovatsiynoyi ekonomiky*, 4, 83-87.

13. Smolenyuk, P. S. (2012). *Obgruntuvannya konkurentnoyi stratehiyi pidpryyemstv* [Justification of the competitive strategy of enterprises]. *Innovatsiyna ekonomika*, 29, 86-93.

14. Romaniuk, I. A. (2020). *Vplyv konkurentnoi borotby na upravlinnia marketynhovoio diialnistiu suchasnykh pidpryyemstv* [The impact of competition on the management of marketing activities of modern enterprises]. *Molod i sil's'kohospodarska tekhnika u KhKhI storichchi: Zb. mater. KhVI-y Mizhnar. forum molodi*. Kharkiv: KhNTUSH, 206.

15. Tul'chyn'ska, S. O., Derhalyuk, M. O., Radkevych, D. O. (2021). *Stratehiya pidvyschennya konkurentospromozhnosti ukraiyins'kykh tovarovyrobnykiv na svitovomu rynku v umovakh makroekonomichnoyi nestabil'nosti* [A strategy for increasing the competitiveness of Ukrainian commodity producers on the world market in conditions of macroeconomic instability]. *Efektivna ekonomika*, 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8493>

16. Ihnatenko, M. M., Levayeva, L. Yu., Marmul', L. O. (2020). *Konkurentni perevahy yak dzherela orhanizatsiyno-ekonomichnykh priorytetiv rozvytku fermers'kykh hospodarstv i sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv* [Competitive advantages as a source of organizational and economic priorities for the development of farms and agricultural enterprises]. *Ahrosvit*, 10, 4-10.

17. Syevidova, I. O., Mandych, O. V., Kvyatko, T. M., Babko, N. M., Romaniuk, I. A. (2020). *Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva* [Competitiveness of the enterprise]. Kharkiv: KHNTUSH.

18. Barabas', D. O. (2013). *Konkurentni stratehiyi pidpryyemstva* [Competitive strategies of the enterprise]. *Stratehiya ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, 2-3, 200-208.

19. Ihnatenko, M. M., Romaniuk, I. A., Yatsenko, Ya. I. (2021). *Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state*. *Ekonomichnyy visnyk universytetu*, 51, 7-13.

ДАНІ ПРО АВТОРІВ

Ігнатенко Микола Миколайович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, Університет Григорія Сковороди в Переяславі
вул. Сухомлинського, 30, м. Переяслав, 08401, Україна
e-mail: professorignatenko@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5713-7951>

Мармуль Лариса Олександрівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, Університет Григорія Сковороди в Переяславі
вул. Сухомлинського, 30, м. Переяслав, 08401, Україна
e-mail: marmul61@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5589-9338>

Романюк Ірина Анатоліївна, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та економіки, Криворізький державний педагогічний університет
проспект Гагаріна, 54, м. Кривий Ріг, 50086, Україна
e-mail: romaniuk.iryana@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9257-2043>

DATA ABOUT THE AUTHORS

Ihnatenko Mykola, doctor of economic sciences, professor, Head of the Department of Economics, Hryhoriy Skovoroda University in Pereyaslav
Str. Sukhomlinskoho, 30, Pereyaslav, 08401, Ukraine
e-mail: professorignatenko@ukr.net

Marmul Larisa, doctor of economic sciences, professor, professor of the Department of Economics, Hryhoriy Skovoroda University in Pereyaslav
Str. Sukhomlinskoho, 30, Pereyaslav, 08401, Ukraine
e-mail: marmul61@ukr.net

Romaniuk Iryna, doctor of economic sciences, associate professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Economics, Kryvyi Rih State Pedagogical University
Avenue Gagarina, 54, Kryvyi Rih, 50086, Ukraine
e-mail: romaniuk.iryana@ukr.net

УДК 657.633.5

<https://doi.org/10.31470/2306-546X-2023-57-51-57>

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ: ВІТЧИЗНЯНА ТА МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА

Калюга Є. В.,
Грищук Г. В.

Актуальність теми дослідження. В умовах глобалізації національної економіки спостерігається посилення ринкової конкуренції й ускладнення управління виробництвом продукції рослинництва, що суттєво впливає на контрольний процес та трансформує підходи до його організаційно-методологічних засад з урахуванням зарубіжного досвіду. На сучасному етапі розвитку система внутрішнього контролю малих підприємств відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування та реалізації потреб користувачів в інформації з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо виробничої діяльності.

Постановка проблеми. Дослідження системи внутрішнього контролю виробничої діяльності дасть можливість перейти від традиційно пасивного контролю до його активних форм задля виявлення негативних явищ у діяльності малих підприємств, відхилень витрат від норми та визначення причин і шляхів усунення цих недоліків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності, ролі та місця внутрішнього контролю на малих підприємствах досліджували такі провідні науковці як Богданюк О. В., Вдовенко Н. М., Дерій В. А., Коцупатрій М. М., Маргасова В. Г., Марчук У. О., Савчук В. К., Садовська І. Б., Пархоменко В. М., Пилипів Н. І. та ін.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Зазначені вище питання актуалізуються у зв'язку останніми економічними подіями, а саме наслідками пандемії COVID-19 та введенням воєнного стану на території України, що зумовлюють появу нових ризиків сільськогосподарського виробництва та розробку заходів внутрішнього контролю щодо їх попередження.

Постановка завдання, мети дослідження. У ході проведеного дослідження поставлено такі завдання: визначити особливості проведення внутрішнього контролю на малих підприємствах відповідно до вітчизняної та міжнародної практики; дослідити елементи, прийоми та етапи проведення внутрішнього