

УДК 330.341.1: 331.108

JEL classification: F23, L26, M16, O33

[https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13(5))

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

САКУН Леся

кандидат економічних наук, доцент,
голова науково-методичної ради, доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
<https://orcid.org/0000-0001-5113-4154>
e-mail: lesyasakun13@gmail.com

МАЖАРЕНКО Катерина

старший викладач кафедри менеджменту і маркетингу
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
<https://orcid.org/0000-0003-4178-1299>
e-mail: katerina.dkp@ukr.net

ГАВРИЛЕЦЬ Анна

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
<https://orcid.org/0009-0002-3504-0187>
e-mail: a.gavrylets16@gmail.com

Стаття присвячена дослідженню впливу глобалізаційних процесів на конкурентоспроможність малих і середніх підприємств (МСП) у міжнародному бізнесі. В умовах швидких змін, що відбуваються в результаті глобалізації, МСП мають як нові можливості, так і суттєві виклики, пов'язані з адаптацією до глобального ринку. Глобалізація сприяє відкриттю нових ринків збуту, доступу до сучасних технологій та ресурсів, але одночасно породжує високий рівень конкуренції з боку великих транснаціональних корпорацій. У статті розглядаються основні аспекти глобалізації, включаючи економічні, технологічні, соціальні та політичні зміни, що визначають умови для розвитку МСП на міжнародній арені. Зокрема, аналізуються фактори, які сприяють посиленню конкурентоспроможності малих підприємств, такі як інноваційність, впровадження нових технологій, диверсифікація ринків, а також інтеграція принципів сталого розвитку і соціальної відповідальності у стратегії підприємства. Крім того, розглядаються проблеми, з якими стикаються МСП, зокрема зміни в регулюванні, політичні та економічні ризики, вимоги до якості продукції та дотримання міжнародних стандартів. У статті також пропонується рекомендації щодо стратегій адаптації МСП до глобалізованого середовища, що включають побудову ефективних партнерських відносин, використання цифрових платформ та гнучкість у реагуванні на зміни зовнішніх умов. Висвітлено, як правильне використання глобалізаційних можливостей може значно посилити позиції МСП на міжнародних ринках та забезпечити стійке зростання в умовах глобальної конкуренції.

Ключові слова: глобалізаційні процеси, малі та середні підприємства, конкурентоспроможність, міжнародний бізнес, інтеграція, інновації, кластери, ризики.

THE IMPACT OF GLOBALIZATION PROCESSES ON THE COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN INTERNATIONAL BUSINESS

SAKUN Lesia, MAZHARENKO Kateryna, GAVRYLETS Anna

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National Universit

The article is dedicated to studying the impact of globalization processes on the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in international business. In the context of rapid changes resulting from globalization, SMEs face both new opportunities and significant challenges related to adapting to the global market. Globalization promotes the opening of new sales markets, access to modern technologies and resources, but at the same time generates a high level of competition from large multinational corporations. The article examines the main aspects of globalization, including economic, technological, social, and political changes that determine the conditions for SME development on the international stage. Specifically, the factors contributing to the enhanced competitiveness of small enterprises are analyzed, such as innovation, the introduction of new technologies, market diversification, and the integration of sustainable development principles and social responsibility into the company's strategies. Moreover, the article discusses the challenges SMEs face, including regulatory changes, political and economic risks, product quality requirements, and compliance with international standards. The article also provides recommendations on strategies for SMEs to adapt to the globalized environment, including building effective partnerships, using digital platforms, and being flexible in responding to changes in external conditions. Special attention is paid to the role of managerial competencies and strategic planning in improving the international performance of SMEs. The methodological approach of the study is based on the analysis of current academic literature and practical cases of SME internationalization. It is emphasized that a comprehensive and proactive approach to globalization enables SMEs to reduce risks and enhance long-term competitiveness. It is highlighted how the proper use of globalization opportunities can significantly strengthen SMEs' positions in international markets and ensure sustainable growth in the face of global competition.

Keywords: globalization processes, small and medium-sized enterprises, competitiveness, international business, integration, innovation, clusters, risks.



© Сакур Леся, Мажаренко Катерина, Гаврилець Анна

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасному світі глобалізація економіки стала однією з головних рушійних сил, що змінює умови ведення бізнесу та функціонування підприємств на всіх рівнях. Для малих і середніх підприємств (МСП), що традиційно є важливим елементом економічної структури багатьох країн, глобалізаційні процеси створюють як нові можливості, так і нові виклики. З одного боку, глобалізація відкриває нові ринки, забезпечує доступ до сучасних технологій і дешевших ресурсів, з іншого – посилює конкуренцію, створюючи додаткові труднощі для МСП, які не мають таких масштабів і ресурсів, як великі транснаціональні корпорації.

Основною проблемою є те, що МСП часто не мають достатньо ресурсів і адаптивності для ефективної конкуренції на глобальному ринку. В умовах високої конкуренції вони змушені шукати шляхи підвищення своєї конкурентоспроможності через інновації, покращення якості продукції, оптимізацію бізнес-процесів і адаптацію до нових вимог ринку. Однак, для цього необхідно розв'язати низку складних наукових та практичних завдань, таких як:

1. Розробка ефективних стратегій адаптації малих і середніх підприємств до глобалізованих ринкових умов.
2. Інноваційний розвиток – впровадження нових технологій і підходів, що дозволяють підвищити продуктивність і зменшити витрати.
3. Забезпечення сталого розвитку та інтеграція принципів соціальної відповідальності у бізнес-процеси, що набувають особливої важливості в умовах глобалізації.
4. Міжнародне регулювання та політичні ризики – розробка моделей управління, які дозволяють МСП мінімізувати ризики, пов'язані з політичними і економічними змінами в різних країнах.
5. Забезпечення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках через вдосконалення маркетингових стратегій, які враховують культурні та економічні особливості різних країн.

Таким чином, важливість цієї проблеми полягає в необхідності створення науково обґрунтованих та практично орієнтованих рішень, що допоможуть малим і середнім підприємствам зберегти свою конкурентоспроможність на глобальному рівні, сприяючи їх сталому розвитку та інтеграції у світову економіку. Рішення цієї проблеми є ключовим не лише для підприємств, а й для економік країн, оскільки розвиток МСП має значний вплив на зайнятість, інноваційний потенціал і соціально-економічну стабільність.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Глобалізаційні процеси та їх вплив на малий та середній бізнес (МСП) є темою активних досліджень у науковій літературі останніх десятиліть. Питання адаптації МСП до умов глобалізації, їх конкурентоспроможності на міжнародних ринках, а також роль інновацій і стратегій сталого розвитку стали предметом уваги багатьох науковців, економістів і практиків. У цьому контексті можна виділити кілька основних напрямків, у яких ведеться активне дослідження.

1. Глобалізація та її вплив на малий і середній бізнес.

У численних наукових публікаціях глобалізація розглядається як двосічний меч для МСП. З одного боку, вона надає малим підприємствам доступ до нових ринків і технологій, що є важливими для їхнього зростання. З іншого боку, глобалізація створює значну конкуренцію з боку великих транснаціональних корпорацій, які мають більші ресурси та можливості для виходу на світовий ринок.

Зокрема, у роботах Porter, що розглядає стратегії конкуренції, акцентується на необхідності малих підприємств зосереджуватися на специфічних нішах ринку та інноваціях, щоб зберегти свою конкурентоспроможність у глобальному середовищі. Це підтверджується й іншими дослідженнями, де зазначається важливість використання локальних конкурентних переваг для досягнення успіху на міжнародних ринках [1].

2. Конкурентоспроможність МСП у міжнародному бізнесі.

Одним із основних аспектів, що розглядаються в наукових публікаціях, є підвищення конкурентоспроможності МСП. Множина досліджень фокусується на тому, як малий бізнес може адаптувати свої стратегії для виходу на міжнародні ринки, зокрема через інноваційні рішення, удосконалення технологій і зниження витрат. Dunning у своїх роботах зосереджує увагу на ролі інтернаціоналізації для малих і середніх підприємств і пропонує стратегії, які дозволяють підприємствам використовувати свої унікальні переваги для конкурування на міжнародних ринках [2].

Також у наукових роботах зазначено важливість стратегій диференціації та фокусування для малих підприємств. Kotler підкреслює, що, зважаючи на обмежені ресурси, МСП повинні орієнтуватися на ті ринки, де вони можуть створити унікальні конкурентні переваги, використовуючи спеціалізовані продукти або послуги, що мають високий попит у певних країнах чи регіонах [3].

3. Інновації та технології як фактори конкурентоспроможності.

Інновації є одним із ключових факторів, що дозволяють малим і середнім підприємствам зберігати конкурентоспроможність у глобалізованому світі. У наукових публікаціях приділяється велика увага використанню новітніх технологій для підвищення ефективності бізнес-процесів, зниження витрат і створення нових продуктів, які можуть зайняти ніші на міжнародних ринках. Tidd & Bessant наголошують на тому, що інновації не тільки дозволяють МСП покращити свою продукцію, але й забезпечують більш високий рівень інтеграції на глобальних ринках, надаючи підприємствам можливість адаптуватися до змін та зберігати свою конкурентоспроможність [4]. У контексті технологій особливу увагу заслуговує розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та їх роль у бізнес-стратегіях МСП. Використання цифрових платформ для продажу, маркетингу та управління ланцюгами постачання дозволяє малим підприємствам виходити на міжнародні ринки без значних інвестицій у фізичну інфраструктуру. Зокрема, Chesbrough зазначає, що відкриті інновації, використання онлайн-ресурсів та спільні технологічні платформи можуть значно знизити бар'єри для входу МСП на нові ринки [3].

4. Сталий розвиток і соціальна відповідальність у МСП.

Зростаюче значення сталого розвитку і соціальної відповідальності підприємств на міжнародному рівні також є важливою темою в наукових дослідженнях. З огляду на те, що глобальні споживачі та державні регулятори все частіше звертають увагу на екологічні та соціальні аспекти бізнесу, малим підприємствам доводиться адаптувати свої стратегії до нових вимог сталого розвитку. Elkington у своїй роботі про концепцію Triple Bottom Line наголошує на тому, що успішні стратегії для МСП в умовах глобалізації повинні враховувати не лише економічні, а й соціальні та екологічні аспекти. Таким чином, інтеграція принципів сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності стає важливим елементом стратегічного управління МСП [4].

5. Політичні та економічні ризики.

Зміни в міжнародному регулюванні, торговельні бар'єри, політична нестабільність та економічні коливання – всі ці фактори становлять значний ризик для МСП, що прагнуть інтегруватися в глобальну економіку. Ghemawat у своїй роботі аналізує політичні та економічні бар'єри, які можуть виникати на шляху міжнародної експансії МСП, та пропонує стратегії, які дозволяють знизити ці ризики через гнучкість бізнес-моделей та диверсифікацію ринків [5].

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених вивченню впливу глобалізаційних процесів на малий та середній бізнес, залишається низка важливих аспектів, які не були достатньо розглянуті або вирішені в попередніх наукових працях. Ці аспекти є критичними для глибшого розуміння того, як малий та середній бізнес може адаптуватися до умов глобалізації та зберегти свою конкурентоспроможність на міжнародному рівні. До таких невіршених частин проблеми можна віднести наступні:

1. Недостатнє дослідження стратегій адаптації МСП до швидких змін на глобальних ринках. Більшість існуючих досліджень фокусується на теоретичних моделях адаптації, проте відсутня практика розробки та впровадження конкретних стратегій адаптації для малих і середніх підприємств, які мають обмежені ресурси та можливості для швидкого реагування на зміни у міжнародному середовищі.

2. Роль інновацій у підвищенні конкурентоспроможності МСП на глобальних ринках. Попри те, що інновації часто вважаються ключовим фактором успіху, є недостатньо детальних досліджень, що визначають конкретні інноваційні стратегії для МСП, які допомогли б їм ефективно конкурувати з великими міжнародними корпораціями в умовах глобалізації.

3. Аналіз ризиків, пов'язаних з політичною та економічною нестабільністю для МСП на міжнародних ринках. Хоча існують роботи, що вивчають економічні і політичні бар'єри для бізнесу, до теперішнього часу не було достатньо комплексних досліджень, які б охоплювали специфіку малого бізнесу в контексті мінливих політичних умов на міжнародних ринках, зокрема в країнах, що розвиваються.

4. Практичні аспекти використання цифрових платформ для глобальної експансії МСП. Дослідження щодо використання цифрових технологій та онлайн-платформ для міжнародної торгівлі зазвичай мають загальний характер, і є потреба в більш детальному аналізі того, як саме МСП можуть використовувати ці технології для досягнення конкурентних переваг, а також розробки практичних рекомендацій для їх ефективного застосування в умовах глобалізації.

5. Моделі міжнародної конкуренції, що орієнтовані на специфічні особливості МСП. Сучасні теоретичні моделі міжнародної конкуренції переважно зосереджені на великих корпораціях, а їх адаптація до реалій малих підприємств потребує подальшого дослідження, оскільки для МСП важливими є не лише конкурентні стратегії, але й інші фактори, такі як гнучкість, швидкість реакції на зміни ринку, та здатність до інновацій.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження впливу глобалізаційних процесів на конкурентоспроможність малих і середніх підприємств у міжнародному бізнесі. Розглядаються основні аспекти глобалізації, що впливають на

розвиток МСП, а також фактори, які сприяють їх конкурентоспроможності, такі як інновації, нові технології та диверсифікація ринків. Окремо аналізуються проблеми, з якими стикаються МСП, зокрема регулювання, економічні та політичні ризики. Висвітлюються рекомендації щодо стратегій адаптації до глобалізованого середовища та використання цифрових платформ для зміцнення позицій МСП на міжнародних ринках.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Глобалізація є однією з ключових тенденцій розвитку світової економіки кінця XX – початку XXI століття, яка визначає сучасні умови ведення бізнесу. Для малого та середнього підприємництва (МСП) вона формує суперечливе середовище, що поєднує у собі як значні перспективи зростання, так і серйозні виклики. Дослідження впливу глобалізації на МСП є надзвичайно актуальним, адже цей сектор становить основу соціально-економічного розвитку, забезпечує гнучкість національних економік, сприяє формуванню інноваційного потенціалу та створенню робочих місць.

Серед ключових позитивних ефектів глобалізації для малого та середнього бізнесу слід відзначити:

1. Розширення ринків збуту. Завдяки міжнародній інтеграції підприємства отримують можливість виходити за межі локального ринку, пропонувати товари та послуги споживачам у різних країнах, що сприяє диверсифікації джерел доходу та зменшенню ризиків залежності від внутрішнього попиту.

2. Доступ до інновацій і технологій. Сучасні цифрові рішення, електронна комерція, автоматизація бізнес-процесів стають більш доступними завдяки глобалізаційним процесам. Це підвищує продуктивність та ефективність діяльності малих підприємств.

3. Формування міжнародних партнерств. Глобалізація сприяє розвитку кооперації між підприємствами з різних країн, залученню іноземних інвестицій, створенню спільних підприємств та стратегічних альянсів.

4. Зростання конкуренції як каталізатор розвитку. Наявність потужних міжнародних конкурентів змушує МСП удосконалювати свою продукцію, оптимізувати витрати, покращувати систему управління та розвивати маркетингові стратегії.

Водночас глобалізація створює й низку серйозних проблем для МСП:

1. Домінування транснаціональних корпорацій (ТНК). Малі підприємства не завжди здатні конкурувати з великими компаніями, які володіють значними фінансовими, маркетинговими та технологічними ресурсами.

2. Фінансові та валютні ризики. Коливання світових валют, зміни в міжнародній кон'юктурі та нестабільність глобальних ринків можуть негативно впливати на фінансові результати діяльності МСП.

3. Регуляторні та культурні бар'єри. Для виходу на зовнішні ринки необхідно відповідати міжнародним стандартам, отримувати сертифікації, адаптовувати продукцію до культурних особливостей різних країн, що потребує значних витрат.

4. Загроза втрати локальної ідентичності. Уніфікація ринків призводить до зменшення ролі традиційних бізнес-моделей та ускладнює розвиток підприємств, орієнтованих на локальні особливості.

Для того щоб забезпечити адаптивність малого та середнього бізнесу до викликів глобалізації, доцільним є використання кластерного підходу. Він дозволяє групувати підприємства за рівнем готовності до інтеграції у глобальне середовище та визначати індивідуальні стратегії розвитку для кожної групи (табл. 1).

Таблиця 1

Кластеризація підприємств МСП за рівнем інтеграційної активності

Кластер	Характеристика	Потенційні стратегії розвитку
Кластер 1	Локально-орієнтовані підприємства, що працюють виключно на внутрішньому ринку	Захист локальних ніш, зниження витрат, орієнтація на внутрішній попит
Кластер 2	Експортно-орієнтовані компанії, які прагнуть інтеграції в міжнародні ринки	Модернізація виробництва, міжнародна сертифікація, участь у зовнішньоекономічних програмах
Кластер 3	Інноваційні підприємства з високим рівнем цифровізації та глобальної інтеграції	Створення стратегічних альянсів, впровадження інновацій, активна участь у міжнародних кластерах

Джерело: розроблено авторами

Кластеризація дозволяє більш чітко визначити стратегічні пріоритети для кожної групи підприємств: від підтримки внутрішньої стабільності до активної інтеграції у світову економіку. Для кращої ілюстрації впливу глобалізаційних процесів на розвиток малого та середнього бізнесу доцільно розглянути конкретні приклади компаній, які змогли використати глобалізаційні можливості та подолати її виклики.

Rozetka (Україна). Компанія розпочала свою діяльність у 2005 році як невеликий інтернет-магазин побутової техніки. Завдяки поширенню електронної комерції, інтеграції глобальних платіжних систем та використанню міжнародних логістичних сервісів Rozetka трансформувалася в один із найбільших маркетплейсів Східної Європи. Сьогодні платформа співпрацює з постачальниками з різних країн світу, одночасно надаючи українським виробникам можливість виходу на глобальний ринок.

Ajax Systems (Україна). Спершу компанія функціонувала як невеликий стартап, що спеціалізувався на розробці охоронних систем. На сучасному етапі Ajax Systems є одним із провідних виробників систем

безпеки у Європі, експортує продукцію у понад 120 країн світу та активно впроваджує інноваційні технології. Успіх компанії пояснюється вдалим поєднанням міжнародної сертифікації продукції, залученням партнерів-дистрибуторів та використанням цифрових маркетингових інструментів.

Spotify (Швеція). Заснована у 2006 році як стартап із розробки музичної онлайн-платформи, компанія використала глобалізаційні можливості для виходу на міжнародний ринок. Завдяки цифровізації та глобальним партнерствам Spotify перетворилася на одного зі світових лідерів у сфері стрімінгових сервісів, об'єднавши користувачів та музикантів із різних країн. Це приклад того, як невеликий бізнес може масштабуватися до глобального рівня завдяки цифровим інноваціям.

Airbnb (США). Компанія починала як малий стартап у 2008 році, що пропонував оренду квартир для туристів через онлайн-платформу. Завдяки використанню глобалізаційних процесів (розвиток цифрових комунікацій, міжнародні платежі, поширення туризму) Airbnb швидко вийшла на міжнародний рівень і сьогодні працює більш ніж у 190 країнах світу. Її досвід доводить, що глобалізація відкриває малому бізнесу доступ до міжнародних клієнтів навіть без великих інвестицій.

Innocent Drinks (Велика Британія). Заснована у 1999 році невелика компанія з виробництва натуральних соків та смузі змогла скористатися глобальними трендами на здорове харчування та екологічність. Завдяки партнерствам із міжнародними ритейлерами та адаптації продукції до вимог різних ринків Innocent Drinks стала частиною глобальної мережі харчової промисловості та сьогодні експортує продукцію в десятки країн.

Таким чином, як український, так і міжнародний досвід доводить, що малий та середній бізнес може досягати значних успіхів у глобалізованому середовищі. Ключовими чинниками успіху виступають інноваційність, цифровізація, здатність до інтеграції у міжнародні партнерства та стратегічна орієнтація на глобальні тренди.

Окремо слід виділити роль цифровізації у підвищенні конкурентоспроможності МСП. Використання електронної комерції, CRM-систем, хмарних технологій, big data та інтернет-маркетингу стає ключовим фактором у процесі адаптації до глобалізаційних змін. Інноваційні інструменти дозволяють навіть малим компаніям виходити на міжнародні ринки з мінімальними витратами.

Державна політика є важливим чинником успішної інтеграції МСП у глобальне середовище (рис. 1).



Рис 1. Роль державної підтримки для успішної інтеграції МСП у глобальне середовище

Джерело: розроблено авторами

Стратегії адаптації малих та середніх підприємств (МСП) до глобалізованого середовища значною мірою залежать від державної підтримки. У цьому розділі розглянемо кейс, що демонструє, як державні ініціативи допомогли малому бізнесу успішно інтегруватися в глобальні ринки та підвищити свою конкурентоспроможність. Досвід країн ЄС свідчить, що підтримка державою міжнародної інтеграції малих підприємств значно підвищує їхню стійкість та конкурентоспроможність [6-12].

Розглянемо процес успішної адаптації МСП до глобалізаційних процесів на прикладі компанії Spotify (Швеція) [13].

Історія створення. Spotify був заснований у Стокгольмі у 2006 році Даніелем Еком та Мартіном Лорентсоном як невеликий стартап, метою якого було запропонувати легальну альтернативу піратському завантаженню музики. Початково компанія мала обмежений капітал і працювала переважно на локальному ринку, але завдяки використанню цифрових технологій та глобальних трендів швидко почала масштабування.

Використання глобалізаційних можливостей.

– Цифровізація. Модель стрімінгового сервісу базувалася на хмарних технологіях та мобільних додатках, що забезпечило миттєвий доступ до музики у будь-якій країні світу.

– Глобальні партнерства. Компанія уклала угоди з великими звукозаписними лейблами (Sony, Universal, Warner), що дозволило інтегрувати легальний контент у світовому масштабі.

– Міжнародна експансія. Уже у 2011 році Spotify вийшов на ринок США, а згодом розширив присутність на більшість країн Європи, Латинської Америки, Азії. Сьогодні сервіс працює у понад 180 країнах.

– Інноваційні бізнес-моделі. Компанія впровадила freemium-модель, яка поєднує безкоштовний доступ із рекламою та платну підписку, що стало ключовим фактором швидкого зростання клієнтської бази.

Виклики та проблеми. Незважаючи на успіх, Spotify стикається з низкою труднощів: висока конкуренція з боку Apple Music, YouTube Music та Amazon Music; залежність від ліцензійних угод із правовласниками; складність адаптації до культурних та правових особливостей різних країн.

Результати. У 2023 році Spotify мав понад 500 мільйонів активних користувачів, з яких понад 220 мільйонів – платні передплатники. Це демонструє, як невеликий стартап, використавши глобалізаційні можливості, може трансформуватися у світового лідера завдяки інноваціям, цифровим технологіям та правильно обраній стратегії виходу на міжнародний ринок (рис. 2).

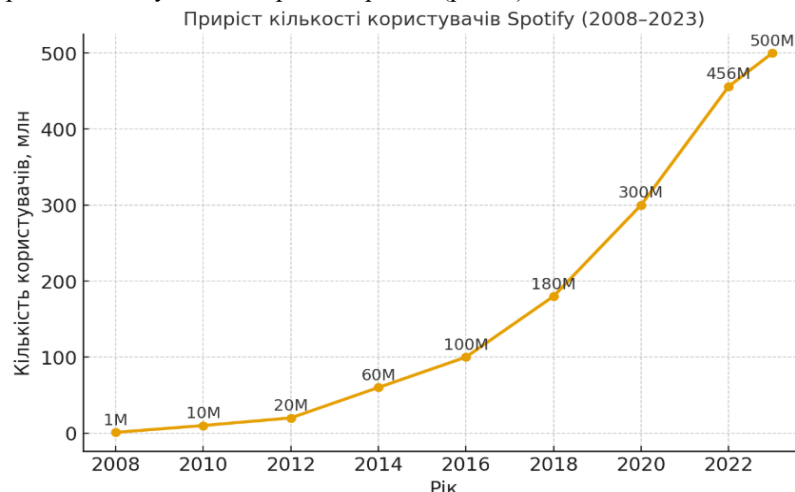


Рис 2. Діаграма приросту користувачів застосунок Spotify з 2008 до 2023 року

Джерело: складено авторами на основі [14].

У випадку зі Spotify держава справді зіграла роль, хоча й не прямим фінансуванням. Ось як виглядала державна підтримка Spotify:

– Податкові стимули для ІТ-сектору. У Швеції на початку 2000-х років були запроваджені пільги для стартапів та високотехнологічних компаній, зокрема у сфері оподаткування доходів від інноваційної діяльності. Це створило сприятливий клімат для розвитку Spotify.

– Державні інноваційні фонди. Стартап отримав ранні інвестиції від фондів, що підтримували технологічні компанії (наприклад, Vinnova – державне агентство з інновацій у Швеції), які сприяли розвитку цифрових сервісів.

– Правове регулювання. Шведська держава активно боролася з піратством у 2000-х роках (справа проти Pirate Bay у 2009 році). Це створило умови для легальних стрімінгових сервісів і підвищило попит на Spotify як законну альтернативу.

– Освітньо-наукова інфраструктура. Швеція інвестувала в ІТ-освіту та розвиток університетських стартапів, що забезпечило Spotify доступ до висококваліфікованих кадрів.

Таким чином, роль держави полягала не у прямому фінансуванні, а у створенні сприятливої інноваційної екосистеми: податкових умов, інституцій підтримки стартапів, правового захисту від піратства та розвитку ІТ-освіти. Це дозволило Spotify швидко масштабуватися і вийти на глобальний ринок.

Загалом малі та середні підприємства стикаються з низкою проблем при виході на міжнародні ринки, основними з яких є наступні:

– Економічні і політичні ризики: коливання валютних курсів, зміни в податковій політиці та політична нестабільність у країнах, де МСП працюють або планують розширюватися. Це може призвести до фінансових втрат або ускладнень у веденні бізнесу.

– Проблеми регулювання та дотримання міжнародних стандартів: необхідність адаптації до різноманітних національних стандартів, вимог до якості та безпеки продукції, а також до законодавчих змін у сфері екології, трудових прав та митного регулювання.

– Конкуренція з великими корпораціями: МСП часто мають обмежені ресурси для ефективної конкуренції з транснаціональними корпораціями, що можуть надавати продукцію за зниженими цінами через масштаби виробництва та доступ до більших фінансових ресурсів.

Для того, щоб успішно адаптуватися до умов глобалізації, МСП повинні взяти ряд стратегічних кроків:

1. Використання цифрових платформ і новітніх технологій: МСП повинні активно впроваджувати цифрові технології для розширення своїх можливостей на міжнародних ринках. Це включає використання електронної комерції, автоматизацію процесів, цифрову маркетингову стратегію та інтеграцію з міжнародними платформами для продажу товарів і послуг.

2. Гнучкість та швидка адаптація до змін на ринку: МСП мають здатність швидко реагувати на зміни ринкової ситуації завдяки більшій гнучкості у прийнятті рішень і можливості коригувати стратегії в залежності від зовнішніх факторів.

3. Підвищення конкурентоспроможності через інновації та якість: МСП повинні інвестувати в дослідження та розробки, інноваційні продукти та послуги, щоб задовольнити потреби міжнародних споживачів. Важливим є також збереження високої якості продукції для задоволення вимог міжнародних стандартів.

Щоб мати змогу успішно конкурувати на міжнародних ринках, МСП потрібно враховувати наступні рекомендації:

1. Оптимізація бізнес-моделей та стратегій. МСП повинні постійно адаптувати свої бізнес-моделі до змін у глобальній економіці, зокрема через пошук нових бізнес-форм, оптимізацію витрат та підвищення ефективності процесів.

2. Співпраця з іншими підприємствами та організаціями. Партнерства, альянси і стратегічні співпраці з іншими МСП або великими компаніями дозволяють подолати ресурсні обмеження та отримати доступ до нових технологій, ринків або фінансування.

3. Використання глобалізаційних можливостей для зростання та інновацій. МСП мають можливість скористатися глобальними трендами, такими як стійкий розвиток і цифровізація, для інтеграції інновацій у свою продукцію та стратегії маркетингу, що дозволяє зміцнити їх позиції на міжнародному ринку.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Глобалізація значно впливає на конкурентоспроможність малих і середніх підприємств (МСП) у міжнародному бізнесі, відкриваючи перед ними як нові можливості, так і серйозні виклики. В умовах швидких економічних, технологічних і соціальних змін, що супроводжують глобалізаційні процеси, МСП змушені адаптуватися до нових реалій міжнародного ринку, знаходячи оптимальні стратегії для забезпечення своєї конкурентоспроможності. Одним із основних позитивних ефектів глобалізації для МСП є доступ до нових ринків, що дозволяє розширювати сферу діяльності та залучати нових споживачів. Крім того, глобалізація сприяє розширенню доступу до сучасних технологій, що є важливим фактором для підвищення ефективності виробництва, впровадження інновацій та підвищення якості продукції. Однак, на шляху до міжнародної конкуренції МСП стикаються з низкою проблем, таких як висока конкуренція з боку великих транснаціональних корпорацій, зміни в законодавчому регулюванні, митні бар'єри та політичні ризики.

Значну роль у підвищенні конкурентоспроможності МСП відіграють фактори, що включають інноваційність, технологічні нововведення, диверсифікацію ринків збуту та продукції, а також інтеграцію принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності у стратегії бізнесу. Крім того, МСП повинні активно використовувати цифрові технології для розширення своїх можливостей на міжнародних ринках, впроваджувати нові бізнес-моделі, що відповідають вимогам часу, та ефективно використовувати глобальні платформи для взаємодії з клієнтами і партнерами. Спільна діяльність з іншими підприємствами, а також підтримка з боку держави та міжнародних організацій можуть стати важливими чинниками успіху.

Отже, глобалізація є важливим фактором, що впливає на конкурентоспроможність малих і середніх підприємств на міжнародних ринках. Вона відкриває численні можливості для зростання та розвитку, проте вимагає від МСП значних зусиль для адаптації до змінюваних умов, розвитку нових стратегій і використання глобалізаційних можливостей для створення сталого бізнесу. Тільки за умови впровадження інноваційних підходів, високого рівня адаптивності та стратегічного партнерства, МСП можуть забезпечити свою конкурентоспроможність і успішно функціонувати в умовах глобалізованого середовища.

Література

1. Лещенко М. М., Пасенко В. М. Сучасні фактори активізації міжнародного бізнесу в Україні та світі. *Modern Economics*, 2021. № 26. С. 74-83. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-11)
2. Kuzmin, S. (2019). Small Business Development in the Global Economy. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 12, 45–59. URL: <https://www.aeaweb.org/journals/jep>
3. Шведа, Н. М. Інноваційна активність малого бізнесу в умовах інтеграції до європейського ринку. *Наукові записки ЛНУ*, 2020. №3, 101–110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzlnu_2020_3_15
4. Смолій Л., Осіпова А., Костюк В. (2021). Тенденції трансформації міжнародного бізнесу під впливом глобалізації. *Економіка та суспільство*, (31). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-6>
5. Кизим, М. О., Хаустова, В. С. Глобалізаційні виклики розвитку підприємництва в Україні. Харків: ХНЕУ. 2018. 364 с. С. 203–224.

6. OECD. (2021). *SMEs and Entrepreneurship Outlook 2021*. Paris: OECD Publishing. URL: <https://www.oecd.org/industry/smes/>
7. UNCTAD. (2022). *World Investment Report 2022: International Tax Reforms and Sustainable Investment*. Geneva: United Nations. P. 59–88. URL: <https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2022>
8. World Bank. (2020). *Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies*. Washington, DC: WB. P. 34–51. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32436>
9. European Commission. (2022). *Annual Report on European SMEs 2021/2022*. Brussels: EC. P. 15–38. URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/publications/annual-report-european-smes-20212022_en
10. Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum. 192 p. P. 101–128. URL: <https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>
11. Brainerd, R. (2020). Digital Transformation and SMEs. *OECD Report*. P. 19–42. URL: <https://www.oecd.org/digital/>
12. International Trade Centre. (2021). *SME Competitiveness Outlook 2021*. Geneva: ITC. P. 75–96. URL: <https://intracen.org/publications/sme-competitiveness-outlook-2021>
13. Spotify: історія створення та успіху. URL: https://startup.co.ua/spotify_tak_zvuchit_uspeh/
14. Статистика користувачів Spotify. URL: https://backlinko.com/spotify-users?utm_source=chatgpt.com

References

1. Leshchenko M. M., Pasenko V. M. (2021). Modern factors of activation of international business in Ukraine and the world. *Modern Economics*. 2021. No. 26, P. 74–83. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-11).
2. Kuzmin, S. (2019). Small Business Development in the Global Economy. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 12, 45–59. URL: <https://www.aeaweb.org/journals/jep>
3. Shveda, N. M. (2020). Innovative Activity of Small Business in the Context of Integration into the European Market. *Scientific Notes of LNU*, No. 3, 101–110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzlnu_2020_3_15
4. Smoliiy L., Osipova A., Kostyuk V. (2021). Trends in the transformation of international business under the influence of globalization. *Economy and Society*, (31). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-6>
5. Kyzym, M. O., Khaustova, V. Ye. (2018). *Globalization Challenges to Entrepreneurship Development in Ukraine*. Kharkiv: KhNEU. 364 p. Pp. 203–224.
6. OECD. (2021). *SMEs and Entrepreneurship Outlook 2021*. Paris: OECD Publishing. URL: <https://www.oecd.org/industry/smes/>
7. UNCTAD. (2022). *World Investment Report 2022: International Tax Reforms and Sustainable Investment*. Geneva: United Nations. Pp. 59–88. URL: <https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2022>
8. World Bank. (2020). *Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies*. Washington, DC: WB. Pp. 34–51. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32436>
9. European Commission. (2022). *Annual Report on European SMEs 2021/2022*. Brussels Pp. 15–38. URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/publications/annual-report-european-smes-20212022_en
10. Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum. 192 p. Pp. 101–128. URL: <https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>
11. Brainerd, R. (2020). *Digital Transformation and SMEs*. OECD Report. Pp. 19–42. <https://www.oecd.org/digital/>
12. International Trade Centre. (2021). *SME Competitiveness Outlook 2021*. Geneva: ITC. Pp. 75–96. URL: <https://intracen.org/publications/sme-competitiveness-outlook-2021>
13. Spotify: історія створення та успіху. URL: https://startup.co.ua/spotify_tak_zvuchit_uspeh/
14. Статистика користувачів Spotify. URL: https://backlinko.com/spotify-users?utm_source=chatgpt.com