

2. Кінас Ірина. Вплив бренд-менеджменту на підвищення лояльності споживача. Трансформація моделі соціально-економічного розвитку в умовах відновлення України та інтеграції з ЄС: збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (Луцьк, 15 травня 2023 р.). / За заг. ред. Павліхи Н. В. Луцьк : Вежа-Друк, 2023. С. 81–85.

3. Лихолат С., Задоріжна І. М. Вплив бренду на поведінку споживачів в умовах Covid-19. Економіка та суспільство. 2021. № 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-8>

**Pylypiv N.,**

doctor of economic sciences, professor, head of entrepreneurship, trade and applied economics department Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

**Marusiak V.**

master of entrepreneurship, trade and applied economics department Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

**УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА СУБ'ЄКТИ  
МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESSES AT A SMALL BUSINESS  
ENTITY: CHALLENGES AND PROSPECTS**

У сучасному динамічному світі, де технології розвиваються з неймовірною швидкістю, здатність до інновацій стала ключовим фактором виживання та процвітання будь-якого підприємства, особливо малого. Малі підприємства, завдяки своїй гнучкості та швидкості адаптації, мають значний потенціал для впровадження інновацій. Однак, управління інноваційними процесами в умовах обмежених ресурсів та високої конкуренції є складним завданням.

Одним з головних викликів для малих підприємств є фінансування інноваційних проектів. На відміну від великих корпорацій, малі підприємства мають обмежений доступ до інвестицій. Тому, для успішного впровадження

інновацій, вони повинні шукати альтернативні джерела фінансування, такі як гранти, інвестиції від бізнес-ангелів або венчурних фондів[2].

Іншим важливим аспектом є управління ризиками. Інновації завжди пов'язані з певним рівнем невизначеності. Малі підприємства повинні розробляти ефективні стратегії управління ризиками, щоб мінімізувати можливі збитки. Це може включати в себе проведення детального аналізу ринку, розробку різних сценаріїв розвитку подій та створення резервного фонду.

Інновації є ключовим фактором конкурентоспроможності будь-якого підприємства, особливо малого. Малі інноваційні підприємства є рушійною силою економічного зростання та створення нових робочих місць. Вони здатні швидко адаптуватися до змін ринку та є життєво необхідною для виживання малого бізнесу.

Крім того, малі підприємства часто стикаються з дефіцитом кваліфікованих кадрів. Для успішного впровадження інновацій необхідно залучати фахівців з різних галузей знань. Одним із рішень цієї проблеми може бути співпраця з університетами, науково-дослідними інститутами або фрілансерами.

Незважаючи на всі виклики, малі підприємства мають ряд переваг для впровадження інновацій. Вони більш гнучкі та здатні швидко адаптуватися до змін ринку. Крім того, малі підприємства часто мають більш тісні зв'язки зі своїми клієнтами, що дозволяє їм краще розуміти їхні потреби та розробляти продукти, які відповідають цим потребам[1].

Для успішного управління інноваційними процесами на малих підприємствах необхідно:

- створити інноваційну культуру – заохочувати співробітників до генерації нових ідей, створити атмосферу, де помилки сприймаються як можливість для навчання;
- розробити чітку інноваційну стратегію – визначити пріоритетні напрямки інноваційної діяльності та розробити план дій;

- залучати зовнішніх експертів – співпрацювати з науковими установами, іншими компаніями та консультантами;
- використовувати сучасні інструменти управління проектами – застосовувати такі інструменти, як Scrum, Kanban для ефективного управління інноваційними проектами;
- будувати міцні партнерські відносини – співпрацювати з іншими компаніями, інвесторами та державними органами.

Також слід зауважити, що управління інноваційними процесами на малих підприємствах є складним, проте захопливим процесом і необхідним завданням для забезпечення їх конкурентоспроможності та розвитку. Завдяки своїй гнучкості та підприємливості, малі підприємства мають великі перспективи для розвитку та зростання. Завдяки правильному підходу та використанню сучасних інструментів, малі підприємства можуть стати лідерами інновацій на ринку. Однак, для досягнення успіху необхідно докладати значних зусиль та використовувати всі доступні ресурси.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інноваційний розвиток діяльності суб'єктів господарювання в умовах воєнного та повоєнного стану: теорія, практика, аналітика [Електронний ресурс]: монографія / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець, Н. М. Внукова та ін. ; за заг. ред. В. С. Пономаренка. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. 429 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/33198/1/2024.pdf>
2. Микола М. Дяченко. Чинники впливу на інноваційний розвиток малого підприємництва як важливого економічного сектора держави. *Актуальні проблеми економіки* № 9 (279), 2024. URL: [https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/09/9.24.\\_topic\\_Mykola-Diachenko-96-103.pdf](https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/09/9.24._topic_Mykola-Diachenko-96-103.pdf)

#### **Radionov V. S.**

graduate student of the Department of Management and Public Administration,  
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Ukraine