

Для розвитку промислових підприємств на основі інноваційних маркетингових рішень також важливо розробляти стратегії маркетингу та продажів, зосереджуючись на взаємодії зі споживачами та їх потребами. Промислові підприємства повинні зрозуміти, як їхні продукти та послуги можуть задовольнити потреби споживачів, а також знайти способи залучення та утримання цих споживачів [3, с. 160].

Отже, інноваційні маркетингові рішення допомагають промисловим підприємствам підвищити ефективність виробництва та продажу продукції, збільшити її якість та конкурентоспроможність на ринку. Впровадження інновацій в маркетингову діяльність промислових підприємств є важливим елементом стабільного розвитку економіки та забезпечення її конкурентоспроможності в міжнародному контексті.

#### Література

1. Васильчук Н. О. Удосконалення постачальницько-збутових зв'язків промисловості України як передумова відновлення інфраструктурних втрат. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2016. Т. 21, № 4. С. 126–131. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu\\_econ\\_2016\\_21\\_4\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2016_21_4_30).
2. Захаренков Є. Маркетингова концепція повоєнного відродження промислових підприємств України. *Сучасні аспекти та перспективні напрямки розвитку науки: IV Міжнар. студент. наук. конф.* (м. Ужгород, 09.12.2022). URL: <https://archive.liga.science/index.php/conference-proceedings/article/view/202>.
3. Ілляшенко С. Методологічні засади формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств на засадах інноваційного маркетингу. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій: Матеріали Всеукр. науково-практ. інтернет-конф.* (м. Луцьк, 5 жовт. 2018 р.). С. 160–162.
4. Illiashenko, S. M., Shypulina, Y. S., Illiashenko, N. S. (2022). Management based on the principles of marketing of ecologically-oriented innovative development strategies in the post-war period: national and international aspects. *Marketing and digital technologies*. 2022. Vol. 6, No. 4. P. 47–60. URL: <https://doi.org/10.15276/mdt.6.3.2022.5>.

#### УДК 338.2

*Ковальчук А. В., студ.*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

### АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Військові дії РФ, що відбуваються на території України мають вкрай негативний вплив на діяльність та подальший розвиток малих підприємств і як наслідок, це все призвело до нищівного руйнування вітчизняної економіки. Під час війни діяльність малих підприємств є особливо важливим джерелом надходжень коштів до держбюджету та зростання рівня зайнятості населення. Тому в умовах воєнного стану вкрай актуальними є аналіз розвитку діяльності малих підприємств та формування ефективної їх державної підтримки.

Як відомо, саме малі підприємства є фундаментом економіки в більшості розвинених країн. Проте, під час війни малі підприємства є найуразливішими суб'єктами господарської діяльності, на відміну від великих та середніх підприємств.

Слід зазначити, що великі підприємства мають значно більші резерви до потрясінь в умовах воєнного стану, на що вказує значно менша питома вага великих підприємств, які припинили свою діяльність протягом 2022 року, тоді як серед малих підприємств ситуація зовсім інша.

Щодо малих підприємств, то за даними опитування проведеними у серпні групою Kyivstar Business Hub, майже 50% з опитаних малих підприємств працювали з обмеженнями, у 12% малих підприємств відбулася релокація в західні регіони, а 25% функціонують як і до початку вторгнення РФ на українські території [3]. Ряд малих підприємств зараз знаходяться на шляху до відновлення своєї діяльності. Кожне

двадцять мале підприємство зупинило повністю або частково призупинило свою господарську діяльність.

Варто зауважити, що переважна більшість малих підприємств практикуює гібридний формат діяльності та працює там, де і до початку війни. Військові дії призвели до зростання витрат на малих підприємствах на 20–50%, в той же час відбулося зменшення фінансових результатів майже на 50%. Втрати бізнесу від військових дій на малих підприємствах становили від \$10 тис. до \$200 тис. [3]. Переважно це пояснюється різким зростанням цін на паливо, втратою працівників, порушення ланцюгів постачання, втратою клієнтів та партнерів.

Малі підприємства, які не припинили свою діяльність, змінили звичні бізнес-процеси, суттєво скоротили персонал, застосовують короткострокове планування операційної діяльності.

Асортимент малих підприємств або змінився лише частково, або ще не змінився, тому що зменшився платоспроможний попит на їхні товари. Все це мало вплив на призупинення більшістю малих підприємств проведення рекламних компаній, щоб адаптуватися під нові реалії. І лише третина малих підприємств, які були упевнені у своїх товарах та послугах, продовжили їх рекламувати. Сьогодні ключовим завданням для малих підприємств являється залучення нових платоспроможних клієнтів, пошук партнерів та постачальників, а також зміна фокуса та стратегії. Отже, нові умови воєнного стану стали поштовхом для поступової адаптації стратегії до воєнних реалій.

Наведемо конкретні приклади впливу війни на малі підприємства. Так, до 24 лютого 2022 року компанія Collar займалася експортом товарів для тварин у 78 країн. Після військової агресії нападу Росії підприємство зупинилося. Інший приклад, до війни вінницьке підприємство ТОВ «Промавтоматика» займалося виробництвом терморегуляторів, стабілізаторів напруги, вуличних світильників. Після нападу Російської Федерації попит на дану продукцію значно зменшився. Дане підприємство зорієнтувалося та почало виробляти акумуляторні блоки з підсвіткою для військових. Дані пристрої застосовуються для освітлення бліндажів [4]. Отже, ділова активність даного підприємства поступово покращується.

Наведені дані щодо аналізу стану малих підприємств в Україні в умовах воєнного стану вказують на те, що для подальшого їх розвитку необхідне активне стимулювання з боку держави.

З початком запровадження воєнного стану уряд вже запровадив цілий ряд законодавчих ініціатив та державних програм, щоб сприяти веденню господарській діяльності та підтримці малих вітчизняних підприємств, але цього недостатньо у цей безпрецедентно складний час.

Забезпечення розвитку малих підприємств потребує поєднання та узгодження різноманітних засобів, форм та методів державного регулювання та підтримки. До таких засобів слід віднести: зменшення податкового навантаження, надання пільгових кредитів, реалізація державних програм щодо фінансування малих підприємств, вдосконалення нормативно-правової бази, забезпечення консультативно-інформаційної підтримки тощо.

Проведений аналіз свідчить, що військові дії негативно вплинули на діяльність малих підприємств, тому в умовах воєнного стану держава має використовувати всі відомі в практиці регуляторні важелі, а також впровадити нові програми щодо підтримки та стимулювання малих підприємств. Тому сьогодні одне з першочергових завдань яке постає перед являється розробка та реалізація ефективної політики держави в сфері стимулювання розвитку малих підприємств, а саме: створення сприятливого середовища для його підтримки та функціонування.

### Література

1. Верховна Рада прийняла податкові стимули для бізнесу під час війни. URL: <https://cutt.ly/pKXHSCN>.
2. Війна та регіони України: як змінюється привабливість для підприємців. URL: <https://cutt.ly/3KXHLyN>.
3. Дослідження стану українського бізнесу під час війни: як себе почувають середні, малі та великі компанії. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/doslidzhennya-stanu-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-vijny-yak-sebe-pochuvayut-seredni-mali-ta-velyki-kompaniyi>.
4. Економіка їде на захід: як рятується український бізнес від війни. URL: [https://lb.ua/economics/2022/05/11/516454\\_ekonomika\\_ide\\_zahid\\_yak\\_ryatuietsya.html](https://lb.ua/economics/2022/05/11/516454_ekonomika_ide_zahid_yak_ryatuietsya.html).
5. Львівщина лідирує у процесах переміщення підприємств, які переїжджають з епіцентрів бойових дій. Офіційний сайт Львівської обласної державної адміністрації. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=67374>.

УДК 330.675

*Сидорчук К. Р., студ. Гр. БПКД 2-20*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Впровадження інноваційних проектів на підприємстві – це важливий крок на шляху до розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Інноваційні проекти для підприємства можуть принести безліч переваг, як-от підвищення ефективності виробничих процесів, скорочення витрат, поліпшення якості продукції і т.п. Однак, як і в будь-якій справі, впровадження таких проектів на практиці може мати справу з низкою проблем, які необхідно вирішувати для досягнення успіху.

Одна з головних проблем – відсутність розуміння того, що таке інновація та як її впроваджувати. Інноваційний проект не просто заміна однієї технології іншою, це новий підхід до бізнесу. Він має бути ретельно продуманий, адаптований до поточної роботи та розглянутий з усіх боків. Нерідко впровадження інноваційних проектів проводиться без врахування можливих ризиків та наслідків. Компанії потрібно звернути увагу на маркетингові дослідження та громадську думку, щоб визначити, які інновації необхідні для їхнього подальшого зростання [3].

Також однією з основних проблем є нестача кваліфікованих кадрів. Необхідні фахівці, які можуть розробляти, впроваджувати та підтримувати такі проекти. Важливо також, щоб управлінський персонал мав достатній рівень компетенції у сфері інновацій та вмів керувати процесом їхнього впровадження.

Недостатня мотивація персоналу може стати проблемою під час впровадження інноваційних проектів. Співробітники можуть чинити опір змінам, особливо якщо вони не бачать безпосередньої вигоди від нових технологій та методів роботи. Необхідно проводити роботу з мотивації персоналу, пояснювати їм переваги нових технологій та переконувати у необхідності їх впровадження [1, 2].

Ще однією проблемою є відсутність фінансування. Нерідко компанії не можуть дозволити собі інвестувати у нові технології та проекти, оскільки вони можуть бути дуже дорогими. Однак, не вкладати в інновації – це означає залишатися на місці, а іноді й втрачати свої позиції на ринку. Тому компанії мають розглядати впровадження інновацій як інвестицію у своє майбутнє [2].

Однак, незважаючи на проблеми, впровадження інноваційних проектів має великі перспективи.

Однією з перспектив впровадження інновацій є збільшення конкурентоспроможності підприємства. У світі технологій і вимог ринку, що швидко змінюються, компанії, які не мають достатньої інноваційної бази, можуть виявитися