

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-20>

УДК 330.341

# ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

## FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN SMALL BUSINESS IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

**Гринько Тетяна Валеріївна**

доктор економічних наук, професор,  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7882-4523>

**Гвініашвілі Тетяна Зурабівна**

кандидат економічних наук, доцент,  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7961-2549>

**Тімар Володимир Сергійович**

студент,  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9826-2649>

**Hrynkо Tetiana, Hviniashvili Tetiana, Timar Volodymyr**  
Oles Honchar Dnipro National University

Статтю присвячено актуальній в сучасних умовах діджиталізації проблемі впровадження інновацій в малому бізнесі. В статті на основі дослідження літературних джерел запропоновано авторське визначення терміну «інновації в малому бізнесі». Розглянуто переваги та систематизовано проблеми впровадження інновацій в малому бізнесі, запропоновано напрямки державної підтримки інноваційної активності малого бізнесу. Встановлено, що кастомізація має особливе значення для малого бізнесу, оскільки дозволяє створювати унікальний продукт або послугу, яка відповідає конкретним потребам та вимогам клієнтів. Визначено особливу роль діджиталізації в активізації інноваційної діяльності малого бізнесу в останні роки. Визначено основні інноваційні інструменти, зокрема технології штучного інтелекту, які можуть бути застосовані в малому бізнесі з метою підвищення його ефективності та конкурентоспроможності.

**Ключові слова:** інновації, малий бізнес, інноваційна активність, штучний інтелект, діджиталізація.

The article is devoted to the current problem of introducing innovations in small business in the conditions of digitalization. The purpose of the article is to develop proposals for the use of modern innovative tools in small business based on the identification of opportunities and advantages of innovation implementation. The research was conducted using general scientific methods of cognition: system analysis, synthesis, generalization, deduction, abstraction, concretization, formalization. According to the results of the research, the approaches to the interpretation of the term "innovation" by various authors were summarized, which made it possible to form the author's definition of the category "innovation in small business", which is proposed to be interpreted as creative, creative approaches to the implementation of changes in business processes, through new ideas, technologies, products, methods, mechanisms, tools used in production and management processes. The signs by which a small business can be considered innovatively active have been determined. Possibilities and advantages of introducing innovations in small business are considered, the main ones of which are increasing competitiveness and efficiency of operations. The article systematizes and summarizes the problems of introducing innovations in small business, and suggests directions for state support for the innovative activity of small businesses. It has been established that it is possible to implement product, technological, managerial, economic, and social innovations in a small business. Customization has been found to be of particular importance to small businesses, as it allows you to create a unique product or service that meets the specific needs and requirements of customers. The special role of digitalization in the activation of innovative activity of small business is determined, in particular, the role of artificial intelligence in

the growth of its innovative activity is considered. It has been established that the use of artificial intelligence is of particular importance in the marketing activities of small businesses, primarily in the promotion of goods and services to the market. The possibilities of using artificial intelligence through the use of such innovative tools as: the Internet of Things (IoT), blockchain technologies, augmented reality (AR), virtual reality (VR), drones, 3D printing, Big Data and others are considered. It is proposed to direct further scientific research to the development of mechanisms for introducing modern digital innovations into the practical activities of small businesses

**Keywords:** innovation, small business, innovative activity, artificial intelligence, digitalization.

**Постановка проблеми.** Інновації в сучасному світі визнаються каталізатором економічного зростання, конкурентоспроможності та сталого розвитку. Євроінтеграційні прагнення України, сучасний стан соціально-економічної системи, потреба у відбудові зруйнованої військовими діями економіки нашої країни потребує впровадження інновацій у різних сферах життя. Інноваційну активність та впровадження новітніх технологій вважають «обов'язковою умовою для інтеграції України в Європейську спільноту та отримання статусу рівноправного та конкурентоспроможного партнера на ринку» [1]. З огляду на пріоритетність європейської інтеграції та потребу відновлення національної економіки, суттєво зростає потреба у пошуку «нових способів і можливостей залучення інвестицій, розробці та впровадженні сучасних науково-технічних досягнень, сприянні розвитку економіки на інноваційних засадах» [2, с. 15].

Необхідність формування конкурентних переваг та створення ціннісних пропозицій на ринку актуалізують проблематику інновацій в підприємстві. Малий бізнес в Україні, як ключовий сегмент економіки, не може залишатися осторонь цього процесу, має бути готовим до швидких змін у вимогах споживачів, технологічних трендів та регулятивних стандартів. За досвідом розвинених країн доведено «значну роль малого та середнього бізнесу у побудові конкурентоспроможної національної економіки» [3]. Інновації в малому бізнесі сприяють розвитку нових видів діяльності, створенню нових робочих місць, вирішенню соціальних проблем, зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище та сталому розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні положення та практичні аспекти інноваційної діяльності та впровадження інновацій досліджували у своїх працях закордонні та українські вчені, серед яких П. Друкер, Й. Шумпетер, Т. Гринько, Т. Гвініашвілі, В. Ковальчук, І. Біла, В. Посна, О. Шевченко, та багато інших. Особливу увагу інноваціям в малому бізнесі приділяли І. Варналій, І. Мат-

вій, П. Харів, А. Шаповалова. П. Колісниченко, Л. Безугла.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на велику кількість напрацювань та досліджень в даній тематиці, сучасні тенденції швидкого розвитку інноваційних інструментів та діджитал-технологій, потребують подальших наукових досліджень проблем і різних аспектів впровадження інновацій в малому бізнесі.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є розробка пропозицій щодо застосування сучасного інноваційного інструментарію в малому бізнесі на основі визначення можливостей та переваг впровадження інновацій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Терміни «інновація» та «інноваційна діяльність» давно увійшли в різні сфери суспільного життя, науку і сучасну економіку, набули широкого вжитку серед населення. Інновацією (в перекладі з англійської означає новаторство) вважають економічну категорію, яка відображає різноманітні нововведення, в тому числі в економіці і бізнесі. Термін «інновація» не можна вважати сучасною категорією, його обґрунтував відомий австралійський економіст Й. Шумпетер ще в 1911 р., його фундаментальна праця «Теорія економічного розвитку» присвячена цілісній теорії інноваційного розвитку. На думку автора інновації як економічна категорія являють собою необхідну виробничу функцію, зумовлену змінами виробничих чинників або ресурсів [6]. Даний підхід розвинув П. Друкер, який інновацією вважав «специфічний інструмент підприємців, засіб, який дозволяє їм здійснювати диференціацію свого бізнесу або послуги» [4].

Економічні категорії «інновації» та «інноваційна діяльність» й нині залишаються широко досліджуваними поняттями у сучасному науковому дискурсі, їх визначення постійно еволюціонує відповідно до потреб суспільства та досягнень науки і техніки.

В сучасному науковому просторі сформовано два підходи до визначення інновацій як економічної категорії. Згідно з першим підходом, інновації є процесом впровадження

наукових розробок, нових технологій, методів та інструментарію в управлінні, організації праці та виробництва, застосування нових продуктів. Згідно іншого підходу, інновації розглядають як продукт, результат здійснення інноваційної діяльності.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» інновації визначено як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [5].

Широкий підхід до змістовної сутності інновацій запропонував Й. Шумпетер визначивши наступні їх елементи: «запровадження нової продукції, товару, послуги, запровадження невідомого методу (способу) виробництва; використання нових матеріалів, видів сировини; відкриття, освоєння нового ринку; впровадження нової організації виробничого, управлінського процесу, організаційної структури або їх удосконалення» [6].

Довгий час в науковому просторі та практичній площині інновації пов'язували з великими підприємствами, здебільшого промисловими, та наукоємними високотехнологічними сферами. Однак, в останні десятиріччя спостерігаються ключові зміни, в малому бізнесі відбувається більш активне застосування високих технологій, збільшується «внесок в інноваційний розвиток, незважаючи на те, що 90% витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи здійснює великий бізнес, оскільки більшість поліпшувальних інновацій припадає саме на невеликі підприємства» [3]. Малий бізнес перетворюється на все більш активного учасника інноваційних процесів та все частіше застосовує інновації в різних бізнес-процесах та в цілому у господарській діяльності.

Малий бізнес можна вважати інноваційно активним за такими ознаками: виробництво нових продуктів та розробка нових технологій; застосування науково-дослідних та конструкторських розробок у виробництві продукції, виконання робіт та наданні послуг; застосування інновацій в здійсненні господарської діяльності та бізнес-процесах.

Отже, інноваціями в малому бізнесі можна вважати креативні, творчі підходи до впровадження змін у бізнес-процеси, через нові ідеї, технології, продукти, методи, механізми, інструментарій, застосовані у виробничих та

управлінських процесах. Впровадження інновацій суб'єктами малого бізнесу дає можливість: забезпечити безперервність та стабільність виробничих процесів; підвищити рівень продуктивності праці та/або трудомісткість продукції; збільшити рівень ефективності використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів; поглибити клієнтоорієнтовані підходи, через більш повне задоволення потреб та очікувань споживачів; підвищити гнучкість, збільшити швидкість адаптації до змін на ринку та в соціально-економічних системах; забезпечити трансфер та дифузю інноваційних розробок.

В цілому застосування інноваційних підходів в малому бізнесі, «постійний розвиток інноваційного потенціалу дає можливість підприємству отримувати конкурентні переваги, вирішувати виробничі проблеми та займати стійку конкурентну позицію на ринку» [7, с. 35].

В малому бізнесі можливо впровадження різних видів інновацій, зокрема, продуктових, технологічних, управлінських, економічних, соціальних (рис. 1).

Незважаючи на широкі можливості та значні переваги від впровадження інновацій, малий бізнес стикається з широким колом проблем, які негативно впливають на підвищення його інноваційної активності, основними з них можна виділити:

- фінансові (брак власних фінансових ресурсів, обмежений доступ до зовнішніх, позикових джерел фінансування інноваційної діяльності);
- ринкові (високий рівень витрат на придбання інноваційних розробок, великі терміни окупності інновацій, високі ризики, тощо);
- інфраструктурні (недосконалість та недостатній розвиток консалтингової, інжинірингової інфраструктури для сприяння впровадженню інновацій суб'єктами малого бізнесу);
- техніко-технологічні (недостатній інноваційний потенціал суб'єктів малого бізнесу, обмежені можливості залучення кваліфікованих фахівців, в тому числі через неможливість забезпечити конкурентоспроможний рівень оплати їх праці; обмежені можливості розвитку техніко-технологічної бази);
- інформаційні (обмежений доступ, несвоєчасне отримання інформації щодо інновацій, можливостей нововведень та ринкових тенденцій в частині сприйняття інноваційних продуктів);
- недоліки нормативно-законодавчої бази, недосконалість державної підтримки інноваційної активності малого бізнесу.

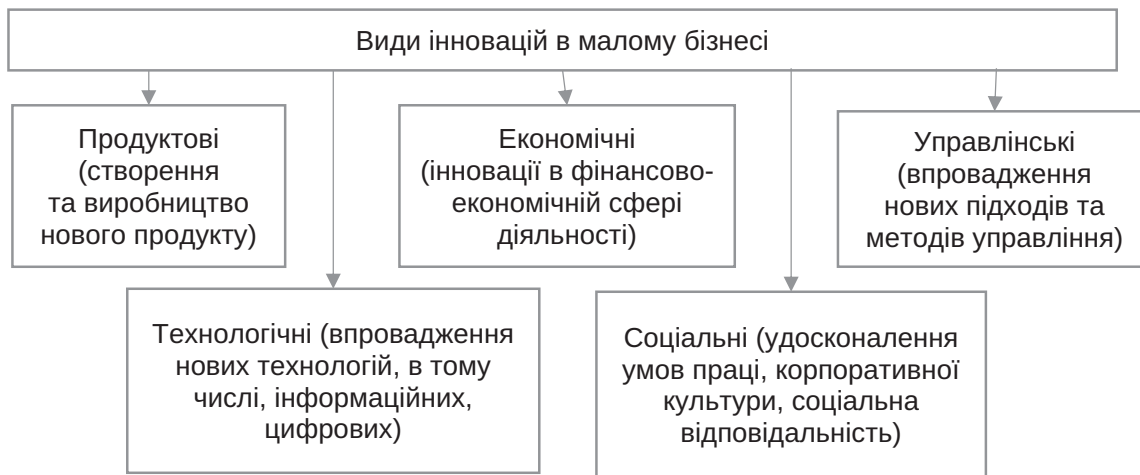


Рис. 1. Види інновацій в малому бізнесі

Активізація інноваційної діяльності та впровадження інновацій в малому бізнесі потребує державної підтримки, яка полягає у:

- формуванні та вдосконаленні законодавчо-нормативної бази та регуляторних механізмів в сфері інновацій;
- прямому бюджетному фінансуванні інновацій державного значення, особливо в оборонній сфері з огляду на військовий стан нашої країни;
- формуванні, підтримці та розвитку інноваційної інфраструктури;
- поліпшенні інвестиційного клімату з метою залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій у розвиток інновацій в малому бізнесі;
- здійсненні «державних закупівель наукомісткої інноваційної продукції та техніки з метою її впровадження та розповсюдження» [8, с. 54];

Нову еру зростання інноваційної активності пов'язують з четвертою промисловою революцією, діджиталізацією, яка полягає у використанні передових технологій, автоматизації аналітики даних, хмарних та інших цифрових інструментів, які «створили нову технологічну платформу для цифрових трансформацій та активізації інноваційної діяльності» [3, с. 38].

Особливістю діджиталізації визначають кастомізацію, що є «незліченною можливістю модифікації продуктів (товарів, послуг) під потреби споживача» [9], тобто, можливістю індивідуалізації, зміни параметрів чи характеристик продукту, у відповідності до його конкретних вимог.

Кастомізація як сучасне явище має особливе значення для малого бізнесу, оскільки дозволяє підприємствам створювати унікаль-

ний продукт або послугу, яка відповідає конкретним потребам та вимогам клієнтів, що досягається шляхом: персоналізації замовлень; індивідуалізації сервісу через особисті консультації і обслуговування, персоналізовані рекомендації та спеціальні послуги; адаптації продуктів або послуг під конкретні потреби клієнтів; створення унікальних пропозицій, що дає змогу виділитися серед конкурентів в умовах жорсткої конкуренції. Отже, кастомізація дозволяє не тільки контролювати бізнес-процеси, а й забезпечує конкурентні переваги шляхом збільшення цінності продукту та підвищення рівня задоволеності клієнтів.

Кастомізація як інноваційне явище є потужним інструментом в маркетинговій діяльності суб'єктів малого бізнесу, особливо з огляду на можливість застосування штучного інтелекту. Використання штучного інтелекту в діяльності суб'єктів малого бізнесу дає змогу:

- 1) аналізувати та використовувати великі обсяги даних, для дослідження поведінки, тенденцій розвитку ринку, особливостей цільової аудиторії;
- 2) прогнозувати ринкові тенденції, поведінку споживача, що дозволяє формувати ефективні маркетингові стратегії розвитку;
- 3) застосовувати індивідуальний підхід до споживачів, персоналізувати контент, рекламні оголошення, інструментарій просування продукту на ринок;
- 4) удосконалювати SEO-просування, використовуючи можливості штучного інтелекту для аналізу ключових слів та популярних тем;
- 5) автоматизувати процеси обслуговування клієнтів через чат-боти, за допомогою віртуальних асистентів або автоматизованих



систем відповідей на запитання, що підвищує ефективність взаємодії зі споживачами та швидкість вирішення їх проблем і запитів.

Використання штучного інтелекту відіграє особливу роль в просуванні товарів на висококонкурентних ринках, через автоматичне створення текстового, відео- та графічного контенту, в тому числі за допомогою алгоритмів комп'ютерного зору; поглиблений аналіз очікувань та реакцій цільової аудиторії (коментарів, лайків, репостів) з метою удосконалення контенту; автоматизацію рутинних маркетингових бізнес-процесів, зокрема, розсилки повідомлень, збору і обробки даних, тощо.

Штучний інтелект продовжує розвиватися, що дозволяє застосовувати його можливості для розв'язання все більш широкого спектра задач. Найближчі перспективи використання штучного інтелекту в маркетинговій діяльності малого бізнесу та просуванні товарів в інтернет просторі пов'язують з:

- розширенням використання можливостей штучного інтелекту для створення текстового, аудіо та відео контенту, поглибленням його персоналізації;

- розширенням обслуговування споживачів за допомогою продуктів штучного інтелекту, зокрема, через чат-боти, які дають змогу обробляти все більш складні запити клієнтів, працювати в режимі 24/7, що дозволяє не тільки скорочувати витрати на обслуговування клієнтів, а й отримувати більш якісний клієнтський досвід;

- вдосконаленням автоматизованих маркетингових платформ, які ставатимуть все більш інтелектуальними;

- інтеграцією штучного інтелекту з іншими новітніми цифровими технологіями, зокрема, з віртуальною реальністю (VR) та доповненою реальністю (AR).

Крім штучного інтелекту в малому бізнесі можливо застосування наступних сучасних інноваційних інструментів:

- інтернету речей (IoT), зокрема, для моніторингу стану обладнання, відстеження запасів, управління енергоефективністю тощо;

- блокчейн-технологій з метою покращення системи управління ланцюгом постачання, забезпечення безпеки транзакцій та зберігання даних;

- доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) для створення захоплюючих та інтерактивних презентацій, тренінгів, віртуальних магазинів або віртуальних туристичних майданчиків;

- дронів, наприклад, для віддаленого моніторингу, доставки товарів, відеозйомки та багато іншого;

- 3D-друку, який дозволяє виготовляти прототипи, запасні частини та індивідуально адаптовані вироби з високою точністю;

- Big Data, що допомагає в аналізі великих обсягів даних для розуміння тенденцій ринку, виявлення нових можливостей та оптимізації стратегії розвитку.

Таким чином використання сучасних діджитал технологій, які постійно розвиваються, удосконалюються та розширюють свої можливості, відкриває нові перспективи інноваційної активності малого бізнесу.

**Висновки.** Інновації є рушійною силою розвитку соціально-економічних систем. Націленість на формування конкурентних переваг обумовлює зацікавленість малого бізнесу в активізації інноваційної діяльності та впровадженні інновацій в господарську діяльність та бізнес-процеси. Інновації в малому бізнесі запропоновано трактувати як креативні, творчі підходи до впровадження змін у бізнес-процеси, через нові ідеї, технології, продукти, методи, механізми, інструментарій застосовані у виробничих та управлінських процесах. Суб'єкти малого бізнесу можуть впроваджувати продуктові, економічні, технологічні, управлінські і соціальні інновації. Незважаючи на переваги та отриману користь від впровадження інновацій, малий бізнес стикається з широким колом проблем, які негативно впливають на підвищення його інноваційної активності, що потребує дієвої державної підтримки. Діджиталізація здійснила істотний внесок в розвиток інновацій, одним з досягнень якої стала можливість кастомізації, тобто створення унікального продукту чи послуги, у максимальній відповідності конкретним потребам та очікуванням споживачів. Одним із важливих досягнень сучасності є штучний інтелект, використання можливостей якого в маркетинговій діяльності малого бізнесу дає змогу не тільки реалізувати концепцію кастомізації, а й підвищити ефективність бізнес-процесів в цілому. Крім засобів штучного інтелекту малий бізнес може застосовувати такі інноваційні інструменти, як: інтернет речей (IoT), блокчейн-технології, доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR), дрони, 3D-друк, Big Data та інші. Подальші наукові дослідження доцільно спрямувати на розробку механізмів впровадження сучасних цифрових інновацій в практичну діяльність малого бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ковальчук В. Аналіз тенденцій інноваційного розвитку національної економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3290> (дата звернення: 18.01.2024).
2. Біла І. С., Посна В. С., Шевченко О.О. Інноваційний розвиток як чинник повоєнної відбудови економіки України. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2023. Том 8. Вип. 1. С. 10–16.
3. Шаповалова А. О. Розвиток інноваційної діяльності малих та середніх підприємств: дис....доктора філософії: 051. Харків, 2022. 278 с.
4. Drucker P. *Innovation and Entrepreneurship*. London, Routledge, 2014. 368 p.
5. Закон України Про інноваційну діяльність URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 05.01.2024).
6. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Пер. з англ. В. Старка. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 242 с.
7. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Романова Л. П. Науково-методичний підхід до формування механізму управління розвитком інноваційного потенціалу підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С. 30–38.
8. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Морока Д. М. Особливості та пріоритети інноваційного розвитку підприємницьких структур в сучасних мінливих умовах. *Економічний простір*. 2021. № 175. С. 52–58.
9. Brodny J., Tutak M. The level of digitization of small, medium and large enterprises in the central and eastern european countries and its relationship with economic parameters. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2022, vol. 8, no. 3. Article number 113. URL: <https://www.mdpi.com/2199-8531/8/3/113> (дата звернення: 11.01.2024).

## REFERENCES:

1. Kovalchuk V. (2023) Analiz tendentsii innovatsiinoho rozvytku natsionalnoi ekonomiky [Analysis of trends in innovative development of the national economy]. *Ekonomika ta suspilstvo*. no. 58. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3290> (accessed January 18, 2024).
2. Bila I. S., Posna V. S., Shevchenko O. O. (2023) Innovatsiinyi rozvytok yak chynnyk povoiennoi vidbudovy ekonomiky Ukrainy [Innovative Development as a Factor in the Post-War Reconstruction of the Ukrainian Economy]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky*, no 8, vol. 1. pp. 10–16.
3. Shapovalova A. O. (2022) Rozvytok innovatsiinoi diialnosti malykh ta serednykh pidpriumstv [Development of innovative activities of small and medium-sized enterprises]: dys..doktora filosofii: 051. Kharkiv, 278 p. (in Ukrainian)
4. Drucker P. (2014) *Innovation and Entrepreneurship*. London, Routledge, 368 p.
5. Zakon Ukrainy Pro innovatsiinu diialnist [Law of Ukraine On Innovative Activity]. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. (accessed January 10, 2024).
6. Shumpeter Y. (2011) Teoriia ekonomichnoho rozvytku: Doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidсотka ta ekonomichnoho tsykladu [The Theory of Economic Development: A Study of Profits, Capital, Credit, Interest, and the Economic Cycle]. / Per. z anhl. V. Starka. K.: Vydavnychiy dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 242 p.
7. Grynko T. V., Gviniashvili T. Z., Romanova L. P. (2022) Naukovo-metodychnyi pidkhid do formuvannia mekhanizmu upravlinnia rozvytkom innovatsiinoho potentsialu pidpriumstva [A scientific-methodical approach to the formation of a management mechanism for the development of the enterprise innovative potential]. *Innovation and Sustainability*, no. 4, pp. 30–38.
8. Grynko T. V., Gviniashvili T. Z., Moroka D. M. (2021) Osoblyvosti ta priorytety innovatsiinoho rozvytku pidpriumnytskykh struktur v suchasnykh minlyvykh umovakh [Features and priorities of innovative development of business structures in modern changing conditions]. *Ekonomichniy prostir*, № 175, pp. 52–58.
9. Brodny J., Tutak M. The level of digitization of small, medium and large enterprises in the central and eastern european countries and its relationship with economic parameters. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2022, vol. 8, no. 3. Article number 113. URL: <https://www.mdpi.com/2199-8531/8/3/113> (accessed January 11, 2024).