

УДК 334.012.64:658.012.2

Мохненко А.С.<sup>1</sup>, Сергієнко М.В.<sup>2</sup>, Гайдичук А.М.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> проф. Херсонського державного університету

<sup>2</sup> асп. Херсонського державного університету

<sup>3</sup> асп. Херсонського державного університету

## **РОЛЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасна економіка характеризується високим рівнем конкуренції, швидкими технологічними змінами та глобалізаційними процесами, які визначають нові виклики для підприємств різних масштабів. У цьому контексті малий бізнес посідає особливе місце як рушійна сила інновацій, зайнятості та формування конкурентного середовища. Незважаючи на обмеженість ресурсів, малі підприємства демонструють гнучкість, адаптивність та здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища. Саме ці характеристики визначають значну роль малого бізнесу у формуванні стратегії сучасного підприємства, яке прагне до сталого розвитку та збереження конкурентних позицій [1, с. 21].

Малий бізнес можна розглядати не лише як окремих елемент економічної системи, але і як важливий чинник, що впливає на стратегічні орієнтири середніх і великих підприємств. Зокрема:

- гнучкість та інноваційність. Малі підприємства часто стають «лабораторіями ідей», тестуючи нові продукти та бізнес-моделі. Великі компанії інтегрують ці ідеї у власні стратегії.

- формування партнерських зв'язків. Взаємодія малого та великого бізнесу створює синергію: перші отримують доступ до ресурсів і ринків, другі – до нових технологій та нестандартних рішень.

- конкурентний тиск. Малі підприємства змушують більших гравців переглядати власні стратегії, оптимізувати витрати, удосконалювати якість та сервіс [2, с. 3].

Таким чином, розвиток малого бізнесу формує середовище, яке безпосередньо впливає на стратегічні рішення сучасних підприємств.

Стратегія підприємства визначається як довгостроковий план досягнення конкурентних переваг та забезпечення стабільного розвитку. У цьому контексті роль малого бізнесу проявляється у кількох вимірах:

- інноваційний вимір. Малі підприємства є носіями радикальних інновацій, які можуть формувати нові ринки. Їхній досвід використовується більшими структурами при формуванні стратегій диверсифікації та інноваційного розвитку.

- ресурсний вимір. Завдяки партнерствам малі підприємства забезпечують гнучкий доступ до спеціалізованих ресурсів (сировини,

технологій, трудових компетенцій), що дозволяє більшим підприємствам знижувати трансакційні витрати.

– маркетинговий вимір. Малі підприємства швидко виявляють зміни у споживчих уподобаннях та нішеві сегменти. Це дає можливість сучасним підприємствам адаптувати маркетингові стратегії та краще задовольняти потреби клієнтів.

Приклади впливу малого бізнесу на стратегії підприємств:

1. ІТ-сфера. Стартапи створюють інноваційні продукти, які великі компанії інтегрують у власні екосистеми (наприклад, хмарні сервіси, fintech-рішення).

2. Агросектор. Малі фермерські господарства стають важливими партнерами для агрохолдингів, забезпечуючи екологічну продукцію та унікальні ніші.

3. Торгівля та послуги. Локальні підприємства формують нові стандарти клієнтського сервісу, які згодом поширюються на всю галузь.

Такі приклади доводять, що малий бізнес не лише функціонує як окрема економічна одиниця, але й активно впливає на стратегічні пріоритети сучасних підприємств [3, с. 5].

Малий бізнес виступає ключовим фактором у формуванні стратегії сучасного підприємства. Його гнучкість, здатність до інновацій та швидкого реагування на зміни середовища створюють передумови для розвитку конкурентоспроможності всієї економіки. Для України надзвичайно важливим є формування сприятливих умов для функціонування малого підприємництва: доступ до фінансування, зменшення регуляторних бар'єрів, розвиток інфраструктури підтримки. Це дозволить не лише підвищити ефективність окремих підприємств, але й сформувати стратегії сталого економічного зростання на національному рівні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Kishka I., Mokhnenko A., Model of increasing the competitiveness of enterprises in the context of European integration development. *Сталий розвиток економіки*, №5 (56), С. 21-25.

2. Мохненко А., Остроус Г.С. The strategy of personnel management of an enterprise in the conditions of European integration as a factor in increasing its competitiveness. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2025. №21.

3. Остроус Г.С., Мохненко А.С. Модель управління персоналом для підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2025. №20.