

УДК 658; 330.1

JEL classification: O4; M00

[https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-11(5))**ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА МАЛОГО БІЗНЕСУ: СТРУКТУРА ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ****АНДРІЄВИЧ Владислав Миколайович**

аспірант кафедри економіки, підприємництва та туризму

Поліський національний університет

orcid <https://orcid.org/0009-0007-3127-4994>e-mail vladandrievych@gmail.com

У статті досліджується економічний потенціал підприємства малого бізнесу, визначеного драйвером інновацій для великих корпорацій, що адаптується до цифрової трансформації та онлайн-торгівлі. Для проведення аналізу обґрунтовано теоретичне визначення економічного потенціалу, що визначається сукупністю якостей системи можливостей підприємства малого бізнесу, релевантною для науково-технологічного розвитку та зростання. Розглядається еволюція економічного потенціалу підприємства, але всупереч внеску науковців, не вистачає досліджень з малого бізнесу та оновлених методик оцінки економічного потенціалу в умовах технологічних змін. Визначено, що в Україні малий бізнес створює робочі місця та стимулює інновації, але стикається з проблемами фінансування та конкуренції. Для розвитку економічного потенціалу підприємства необхідні нові технології, нестандартні джерела фінансування малого бізнесу, краудфандинг, мікрокредитування тощо. Фінансова стійкість, технологічний розвиток та конкурентне середовище є ключовими аспектами економічного потенціалу. Проаналізовано, що фінансові фактори, конкурентне середовище, економічні умови та технологічні інновації впливають на економічний потенціал підприємства малого бізнесу. Стабільне фінансування та інвестиції стають важливими, але високі ставки та обмеженість інвестицій – перешкоди. Цифрова модернізація потребує фінансування та кадрів. Управлінські навички – основа ефективного управління економічним потенціалом підприємства малого бізнесу. На завершення запропоновано удосконалити методи формування економічного потенціалу підприємства, які допомагають оптимізувати стратегії розвитку малому бізнесу в умовах, що проблеми з інвестиціями, регуляторними вимогами зберігаються; а також, адаптуватися до макроекономічних викликів та впроваджувати інноваційну стратегію для сталого розвитку економічного потенціалу бізнесу. Системний підхід та об'єднання різних методичних підходів – запорука успішного розвитку економічного потенціалу підприємства малого бізнесу.

Ключові слова: економічний потенціал; потенціал; конкурентне середовище; ринок; підприємство; малий бізнес; цифровізація; цифрові технології.

ECONOMIC POTENTIAL OF SMALL BUSINESS ENTERPRISE: STRUCTURE AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO FORMATION**ANDRIYEVYCH Vladyslav**

Polissia National University

The article examines the economic potential of a small business enterprise, defined as an innovation driver for large corporations, adapting to digital transformation and online commerce. For the analysis, the theoretical definition of economic potential is substantiated, which is determined by the set of qualities of the system of opportunities of a small business enterprise relevant for scientific and technological development and growth. The evolution of the economic potential of an enterprise is considered, but despite the contribution of scientists, there is a lack of research on small business and updated methods for assessing economic potential in the context of technological change. It is determined that in Ukraine small business creates jobs and stimulates innovation but faces problems of financing and competition. To develop the economic potential of enterprises, new technologies, non-standard sources of financing for small businesses, crowdfunding, microcredit, etc. are necessary. Financial sustainability, technological development, and competitive environment are key aspects of economic potential. It is analyzed that financial factors, competitive environment, economic conditions and technological innovations affect the economic potential of a small business enterprise. Stable financing and investments are becoming important, but high rates and limited investment are obstacles. Digital modernization requires financing and personnel. Management skills are the basis for effective management of the economic potential of a small business enterprise. In conclusion, it is proposed to improve the methods of forming the economic potential of an enterprise, which help optimize small business development strategies in conditions where problems with investments and regulatory requirements persist; as well as adapt to macroeconomic challenges and implement an innovative strategy for the sustainable development of the economic potential of a business. A systematic approach and the combination of various methodological approaches are the key to the successful development of the economic potential of a small business enterprise.

Keywords: economic potential; potential; competitive environment; market; enterprise; small business; digitalization; digital technologies.

Стаття надійшла до редакції / Received 19.07.2025

Прийнята до друку / Accepted 16.08.2025

**ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ
ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМ ЗАВДАННЯМИ**

Малий бізнес стає генератором нових ідей для великих компаній, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними у глобальному масштабі. Великі підприємства використовують новітні задуми,

висновки та підходи, що сприяють стратегічному зростанню, аналізуючи досвіди малих підприємств для досягнення успіху, обмінюючись знаннями та ресурсами. Лідери у професійних сферах – члени Ділової ради світової медіакорпорації «Forbes», усвідомлюють, що цифрові новації потребують нового підходу та втілення якого допомагає малому бізнесу досягти оптимальних результатів у боротьбі за конкурентоспроможність на глобальному ринку. Інноваційний малий бізнес пристосовується до технологічних змін, спонтанно формуючи нові сфери діяльності як рушій технологічного прогресу. У світовій економіці відбуваються технологічні перетворення, зумовлені розвитком цифрових технологій, онлайн- комерції, штучного інтелекту та залученням спільноти до глобального ринку. Компанії малого бізнесу, які адаптуються до нових тенденцій та стратегії технологічних інновацій, зможуть зберегти свої конкурентні позиції на регіональних та світових ринках.

Великі корпорації обговорюють питання сталого розвитку, але сьогодні малі підприємства демонструють здатність ефективно управляти технологічними змінами. Споживачі шукають бренди, які відповідають їхнім цінностям, і сталий розвиток для них стає ключовим пріоритетом. Дослідження американської технологічної компанії NielsenIQ підтверджує, що 78% споживачів обирають екологічний спосіб життя [1]. Для малого бізнесу це стає викликом та можливістю для сталого розвитку. Підприємства малого бізнесу дотримуються принципів сталого розвитку та переходять на екологічну упаковку, зменшують відходи та співпрацюють з постачальниками, що дбають про довкілля, будуючи довготривалі та довірливі відносини з клієнтами. Стійкий розвиток малого бізнесу розглядається не як благодійний проєкт, а як конкурентна перевага. Клієнти готові платити більше за екологічно чисті продукти, що оптимізує споживання, а малі підприємства, які підтримують екологічний рух, залучають та утримують лояльних покупців.

Онлайн-торгівля зростала на світовому ринку, але у 2025 році ця тенденція змінюється. Сьогодні недостатньо просто мати веб-сайт. Для малого бізнесу актуальними є соціальні мережі, мобільні пристрої та безперервний цифровий досвід, який об'єднує онлайн- та офлайн-покупки.

Соціальна комерція набуває провідних позицій. Instagram, TikTok, Pinterest вже не обмежуються маркетингом, а перетворюються на повноцінні платформи для здійснення покупок. Споживачі ухвалюють рішення про придбання майже миттєво, під впливом блогерів, експертних відгуків та інтерактивного контенту. За прогнозами експертів, до 2033 року обсяг онлайн-торгівлі зросте до \$12,63 трлн порівняно з \$6,56 трлн у 2024 році. Аналітики очікують, що в період з 2025 по 2033 рік середньорічний приріст складе 7,54%. Цей ріст зумовлений збільшенням інтересів до рішень на базі штучного інтелекту, розвитку міжнародної торгівлі та вдосконалення системи безпечних онлайн-платежів [2]. Прогноз підкреслює стабільний попит та необхідність для малого бізнесу активно розвивати онлайн-канали для залучення клієнтів. Підприємства малого бізнесу, які інвестують у соціальні продажі, мобільні платформи та омніканальний досвід, набувають ефект від технологічного зростання. Соціальна комерція означає перегляд традиційних економічних підходів до ведення малого бізнесу. Оптимізація веб-сайтів залишається важливою; не менш значущим є присутність у соціальних мережах та безпечне оформлення замовлень і стратегій, що об'єднують електронні та фізичні торговельні точки. Для власників підприємств малого бізнесу штучний інтелект стає доступним інструментом та пропонує ефективні бізнес-рішення для оптимізації бізнес-операцій, покращення взаємодії з клієнтами. Чат-боти на засадах штучного інтелекту обробляють запити клієнтів цілодобово. Цифрові маркетингові інструменти створюють кастомізовані кампанії по електронній пошті. Клієнтський сервіс та управління запасами оптимізуються за допомогою аналітики на засадах штучного інтелекту. Малі підприємства, які використовують інтелектуальні інструменти, заощаджують час та покращують сервіс, звільняючи ресурси для зосередження на розвитку. Платформи Shopify Magic, ChatGPT та CRM-системи на основі штучного інтелекту HubSpot спрощують інтеграцію AI та малого бізнесу без спеціалізованих IT-команд та завдяки автоматизації бізнес-завдань та поступовому розширенню ролі AI, щоб стати ефективними та адаптивними до стратегічного успіху. Технологічний прогрес впливає на структуру та методичні підходи до формування економічного потенціалу підприємства, посилює стійкі форми адаптації малого бізнесу до глобалізації ринків. Цифровізація бізнес-середовища потребує вдосконалення теоретико-методичних засад формування економічного потенціалу підприємства у контексті глобалізації капіталів та гармонізації залежності між масштабами бізнес-процесів та обсягами активів малого бізнесу. Отже, дана проблема демонструє актуальність основ структурування та визначення методичних підходів до формування економічного потенціалу підприємств малого бізнесу у досягненні бізнес-цілей на сучасному ринку.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Науково-технічний прогрес визначає парадигму економічного потенціалу підприємства. Відмінності в теоретичних підходах щодо визначення економічного потенціалу пов'язані з еволюцією суспільної науки та технологічними викликами. Дослідження та публікації свідчать, що економічна спроможність у теорії формувалася протягом певних періодів часу. На початку XX століття науковці під потенціалом розуміли здатність країни виробляти товари для потреб населення; виділяли «економічний потенціал країни» та «потенціал розширеного виробництва». Нині набули поширення погляди на економічний потенціал об'єктів промислового виробництва, виробничий та промисловий потенціал; домінує структурний підхід до формування потенціалу. Потенціал визначається науковцями як сукупність якостей наявних та прихованих можливостей економічної системи. Цей підхід закріплений у працях Є. Бельтюкова, А. Воронкової, А. Задоя, Л. Костирко, Н. Краснокутської,

Є. Лапіна, О. Олексюка, І. Репіної, О. Федоніна, В. Хомякова. При визначенні елементів потенціалу науковці не дотримуються послідовності, що ускладнює методи оцінювання. Значний внесок у розвиток теорії потенціалів зробили праці О. Анісимової, О. Гончар, О. Добрикін, В. Довбенко, І. Должанського, Т. Загорної, І. Ігнат'євої, І. Карапейчика, Н. Кирич, А. Череп тощо. Проблематичними є розбіжності у підходах вчених до структурування потенціалу, а відтак – різноманітні критеріальні підходи до оцінювання. Підсумовуючи погляди науковців щодо економічного потенціалу, очевидно, що об'єктивність визначення впливає на методичні підходи до його оцінювання. А. Задоя обґрунтовує економічний потенціал як умову постійної реалізації й відновлення на стратегічному рівні розвитку. Теоретичний підхід дозволяє обґрунтувати народногосподарський потенціал, окреслюючи діалектику потенціалу. Суть ідеї полягає в тому, що потенціал стає одночасно продуктом, а продукт – потенціалом. Перехід до нового потенціалу відбувається за умови відтворення продукції, а виробництво продукції – за умови наявності потенціалу. Зміна народногосподарського потенціалу базового періоду до рівня потенціалу звітної періоду опосередковується процесом відтворення [3]. Цей науковий підхід обґрунтовує взаємозв'язок потенціалу та відтворення продукції. Науковець Є Лапін визначає економічний потенціал підприємства як основу для прийняття управлінських рішень, визначає напрями розвитку, формує програму дій на майбутнє та критерії управління [4]. Аналіз сучасних підходів до управління адміністративними та виробничими системами [5] виявив концепцію економічного потенціалу, яка застосовується в економіці. Зокрема, вчені описують, що активна частина економічного потенціалу забезпечує виробництво продукції, але пасивна – об'єднує ресурси, що опосередковано беруть участь у господарському обороті. Так, на рівні підприємства визначається «економічний потенціал», а на регіональному рівні – «соціально-економічний потенціал» [5]. Зв'язок економічного потенціалу підприємства та регіону представлено в системі управління. Оцінка економічного потенціалу підприємства здійснюється на основі декомпозиції структурних компонентів в управлінській діяльності. Декомпозиція економічного потенціалу та взаємозв'язки елементів наведено як метод оцінювання на рівнях управління підприємством [5]. Економічний потенціал визначає сукупність якостей можливостей ресурсів щодо формування та задоволення споживачів виробами та послугами в процесі оптимальної взаємодії підприємства з зовнішнім середовищем.

Інтегральна оцінка економічного потенціалу підприємства дається за видами: виробничий, відтворювальний, трудовий, інноваційний, інвестиційний та інші, які об'єднуються в контексті базових галузей промисловості, території, механізмів економічного потенціалу адміністративних та виробничих систем.

На кожному з етапів розвитку економічної теорії вдосконалюється визначення потенціалу підприємства, яке і доповнюється та модернізується. Кількість публікацій із ключовими словами «економічний потенціал підприємства» узагальнено у наукометричній базі «Scopus» за останні п'ятдесят років (рис. 1).

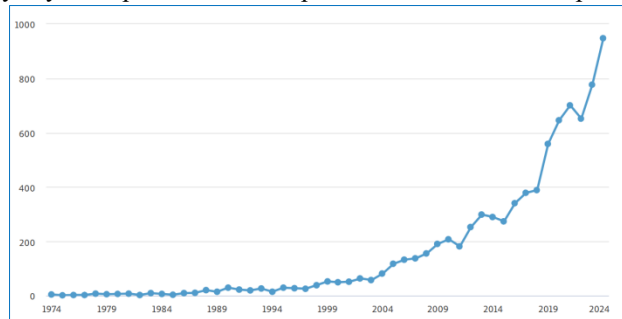


Рис.1 Кількість публікацій з проблем економічного потенціалу підприємства в наукометричній базі «Scopus»
Джерело: авторська розробка.

Значний внесок у розв'язання теоретичних та практичних питань економічного зростання підприємств зробили численні вітчизняні дослідники. Однак поки що відчувається дефіцит публікацій зі структурування та наукових підходів до формування економічного потенціалу підприємства малого бізнесу, особливо з огляду на технологічні трансформації на глобальному ринку, які суттєво впливають на споживчі переваги. З огляду на це, основний наголос зроблено на конфігурацію та методичні підходи до формування економічного потенціалу для покращення позицій малого бізнесу у конкурентному середовищі у довгостроковій перспективі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є аспекти економічного потенціалу підприємства у розрізі обґрунтування структури та методичних підходів до формування потенціалів малого бізнесу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Економічний потенціал підприємства малого бізнесу набуває вирішального значення для зростання як регіональної, так і загальнонаціональної економіки. Ці підприємства вирізняються розміром, адаптивністю та новаторством; сприяють створенню робочих місць, диверсифікації економіки та прогресу суспільства. У США малий бізнес становить 99,9% усіх підприємств і забезпечує дві третини нових робочих місць у приватному секторі, що демонструє його роль у забезпеченні стійкості економічного розвитку [6; 7]. Здатність оперативно реагувати на

динаміку ринку дозволяє малого бізнесу успішно функціонувати навіть у складних економічних умовах. На економічну ефективність малого бізнесу впливають такі фактори, як доступ до фінансування, впровадження технологій, загальний економічний клімат. Брак капіталу залишається серйозною перешкодою для стартапів, які не мають перевіреної кредитної історії [8; 9]. Традиційні джерела фінансування встановлюють жорсткі вимоги, що змушує малий бізнес шукати альтернативні шляхи, такі як краудфандинг, мікрокредитування, державні гранти [10]. Крім того, реалізація сучасних технологій підвищує операційну ефективність та конкурентоспроможність, дає змогу малим підприємствам впроваджувати інновації та розширювати свою ринкову присутність [11]. Попри стану економічного потенціалу, малий бізнес стикається зі стратегічними викликами, які перешкоджають розвитку та стабільності. Складну ситуацію створюють вимоги нормативних актів, зростання операційних витрат та конкуренції великих компаній, що вимагає ефективного управління та стратегічного планування для створення робочих місць [12]. Крім того, перехід до електронної комерції та змінювання поведінки споживачів вимагають перманентної адаптації та інновацій, оскільки малий бізнес прагне відповідати динаміці ринку. Економічний вплив малого бізнесу виходить за межі безпосереднього внеску у зростання зайнятості трудових ресурсів і доходів людей; створює середовища для розвитку підприємництва та інновацій, що призводить до покращення продукції. Розуміння взаємозв'язку факторів, що впливають на економічний потенціал, є критичним для підприємців, оскільки сприяє ініціативі, направленої на створення оптимальної практики розвитку малого бізнесу [13]. Економічний потенціал підприємств малого бізнесу розглядається як наслідок організації факторів, які впливають на здатність бізнесу розвиватися, впроваджувати нововведення та сприяти розвитку економіці.

Найважливішими фактори успіху малого бізнесу є створення робочих місць, забезпечення економічної стабільності, стимулювання регіонального економічного підйому для економічного зростання [14; 15]. Розуміння структури показує склад економічного потенціалу підприємств у розрізі фінансових можливостей, застосування технологій та ринкових умов; доносить корисну інформацію підприємцям та малому бізнесу. Представники бізнесу стикаються з перешкодами, що гальмують розвиток, зокрема з труднощами в отриманні інвестицій, адаптацією до ринкової конкуренції та орієнтування у правовому полі. Перешкоди посилюються зовнішніми чинниками, такими як відсоткові ставки, інфляція та коливання споживчого попиту, які впливають на функціонування та прибутковість [16; 17]. Трансформаційна складність світових ринків вимагає від малого бізнесу гнучкості та інновацій, щоб вистояти перед великими конкурентами. Дискусії щодо підтримки малого бізнесу зосереджуються на ефективності державної політики та фінансових програмах, розроблених для допомоги малим організаціям. Критики стверджують, що, всупереч наявності ресурсів, доступ до капіталу залишається непропорційно складним для груп регіональних та сільськогосподарських підприємств [6; 18]. Тривають дебати щодо балансу між регулюванням та підтримкою, оскільки існує занепокоєння, що бюрократичні вимоги шкодять підприємницькій діяльності. Отже, економічний потенціал підприємства малого підприємництва формується під впливом різноманітних внутрішніх та зовнішніх факторів, зокрема фінансової стабільності, технологічного прогресу, адаптації до ринку та унікальних особливостей бізнесу. Підприємства застосовують ресурси, розв'язують проблеми, з якими стикається малий бізнес; збільшують свій внесок в економіку та сприяють цифровим інноваціям на регіональному рівні [14; 19]. Формування економічного потенціалу малих підприємств тісно пов'язане з впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Розуміння цих впливів є ключовим для власників малого бізнесу, щоб орієнтуватися в глобальному ринковому середовищі (рис. 2).

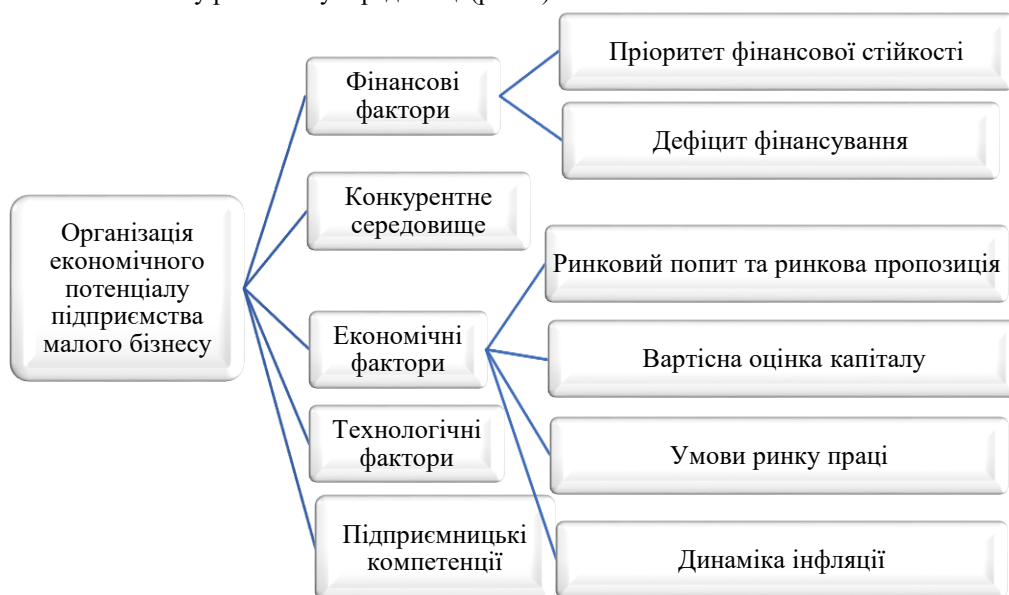


Рис. 2. Структурування економічного потенціалу підприємств малого бізнесу

Джерело: авторська розробка.

Доступ до *фінансових ресурсів* суттєво впливає на ефективність малого бізнесу. Стабільне фінансування підприємств малого бізнесу дозволяє інвестувати в розвиток потенціалу і залучати цифрові технології; стимулює технологічний прогрес. Нестача коштів ускладнює впровадження інновацій та впливає на конкурентні переваги. Підприємства часто постають перед труднощами у фінансуванні через високі відсоткові ставки, вимоги до забезпечення кредитів чи обмежений доступ до позичок. Ознайомлення з альтернативними джерелами фінансування, такими як кредитування на базі доходів та стратегічні партнерства, допомагає малому бізнесу пом'якшити ці проблеми та підвищити власний економічний потенціал.

Конкурентне середовище та географічне розташування малого бізнесу відіграють важливу роль у формуванні економічного потенціалу підприємства. Конкуренція змушує підприємства адаптуватися та інвестувати в розвиток, а географічне положення впливає на доступ до ринків збуту, постачальників та робочої сили. Регіональні особливості та можливості для зростання малого бізнесу визначають зміни ринкового попиту, вартості праці та правового регулювання підприємницької діяльності. Підприємства, які ефективно пристосовуються до цих регіональних умов, отримують високі конкурентні переваги.

Економічні фактори, такі як відсоткові ставки, податкові ставки, інфляція, валютні курси та вартість робочої сили, впливають на ефективність бізнес-процесів та прибуток малого бізнесу. Ці фактори не підконтрольні власнику малого бізнесу, тому надзвичайно важливою є адаптація бізнес-стратегій підприємства до динаміки конкурентних ринків. Коливання ринкового попиту та ринкової пропозиції, які описують взаємодію між споживачами та виробниками на ринку, безпосередньо впливають на продажі та доходи. Так, стабільна економіка стимулює споживчі витрати, а рецесія знижує попит. Відсоткові ставки впливають на вартість запозичень для малого бізнесу. Високі ставки стримують інвестиції; помірні ставки – сприяють інноваціям. Доступність і вартість робочої сили визначають здатність підприємств наймати й утримувати кваліфікованих працівників. Економічні умови, що призводять до безробіття, створюють кадровий резерв, але водночас знижують купівельну спроможність людей. Зростання інфляції підриває купівельну спроможність, впливає на споживчий попит та структуру витрат бізнесу. Малим підприємствам рекомендується оптимізувати цінову політику для підтримки норм прибутку в період інфляції.

Інтеграція нових технологій у бізнес-процеси є критично важливим фактором, що впливає на економічний потенціал. Малі підприємства впроваджують технологічні інновації й досягають високої конкурентоспроможності. Цифрова трансформація оптимізує бізнес-процеси у малому бізнесі, покращує взаємодію з клієнтами, щоб швидше реагувати на зміни ринку. Перехід малого бізнесу до цифрових технологій відбувається повільно та неорганізовано через нечітке бачення керівництвом підприємства шляхів пристосування до цифрової економіки глобального ринку. Недостатнє розуміння та впровадження цифрових інструментів часто зумовлене низьким рівнем цифрової компетенції робітників, опором нововведенням та обмеженим фінансуванням в нові технології, відсутністю цифрової стратегії та недорозвиненою інфраструктурою. За досвідом підприємств, перешкодами на шляху цифрової трансформації стає незацікавленість керівництва у переведенні бізнесу в цифровий формат та фінансові обмеження на впровадження цифрових технологій. Водночас багато власників бізнесу помічають позитиви цифрової трансформації щодо зручності контролю над процесами та прискорення робочих операцій. Проте варто додати фактори, що впливають на диджиталізацію малого бізнесу, зокрема наявність кваліфікованих фахівців, здатних реалізовувати цифрові рішення тощо.

Підприємницькі компетенції критично впливають на фактори формування економічного потенціалу підприємства малого бізнесу, зокрема щодо стійкості, адаптивності та ефективної комунікацій. Підприємці, які володіють сильними управлінськими навичками для обґрунтування рішень, краще підготовлені до управління малим бізнесом в умовах економічної невизначеності та стратегії ефективного використання економічного потенціалу для розвитку підприємства.

Немає перебільшення у важливості факторів, що впливають на економічний потенціал малого підприємства, в економічних обговореннях. Залучаючи фактори впливу до методів структурування економічного потенціалу підприємства, дослідники та фахівці здатні виявити складні зв'язки між малим бізнесом та комплексними економічними системами. Організація економічного потенціалу підприємства є ключовою для впровадження стабільних практик, які збільшують ефективність малого бізнесу; підтримують регіональний економічний розвиток та стійкість до стратегічних викликів.

Методичні підходи до формування економічного потенціалу обґрунтовують стратегії, що націлені на продуктивність підприємства малого бізнесу в економіці, які стимулюють інновації, забезпечують створення робочих місць, сприяють розвитку суспільства. Методичні засади щодо формування економічного потенціалу об'єднують якісні та кількісні методи дослідження, що забезпечує всебічний аналіз бізнес-динаміки малого підприємства. Основні підходи охоплюють аналіз конкуренції, інструменти стратегічного планування, такі як SWOT-аналіз та PESTEL-аналіз, показники ефективності для прийняття рішень. Ці методики узагальнюють інформацію про ринкові умови, внутрішні та зовнішні можливості, дозволяють підприємствам ефективно оптимізувати стратегії розвитку та ресурси.

Попри удосконалення методологічних підходів до формування економічного потенціалу, залишаються виклики, пов'язані з доступом до інвестування, реалізацією управлінського досвіду та дотриманням нормативно-правової бази. Малі підприємства стикаються з перешкодами, які гальмують економічне зростання та підвищення конкурентних переваг, що підкреслює потребу у цілеспрямованій стратегії ефективного використання

економічного потенціалу підприємства. Розв'язання проблем за допомогою дієвих методичних підходів набуває критичного значення для сталого розвитку малого бізнесу в умовах глобальної економіки.

Дослідники наголошують на застосуванні якісних та кількісних підходів до формування економічного потенціалу підприємства для отримання цілісного уявлення про динаміку малого бізнесу [20]. Підходи зі комплексними методами підтримують тріангуляцію даних, що гарантує правдивість висновків завдяки порівнянню результатів, отриманих альтернативними способами, та виявленню спільних тенденцій.

Важливим важелем методичних підходів є конкурентний аналіз з оцінкою конкурентного середовища через вивчення різних аспектів, зокрема частки ринку, сильних та слабких сторін конкурентів та можливих перешкод для входу на ринок. Це допомагає власникам малого бізнесу визначити цінність підприємства та ефективно сформулювати ринкову стратегію. Для підтримки стратегічного управління малим бізнесом рекомендовано використовувати спеціальні аналітичні інструменти. SWOT-аналіз визначає сильні сторони й слабкості, можливості, загрози та відіграє значну роль у виявленні внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на результативність бізнесу. Подібним чином, аналіз PESTEL оцінює фактори макросередовища, які впливають на операційні стратегії, дозволяє малим підприємствам адаптуватися до мінливих ринкових умов.

Метрики ефективності та ключові показники ефективності KPI оцінюють продуктивність економічного потенціалу підприємства та операційний стан малого бізнесу. Моніторинг KPI дає змогу власникам малого бізнесу приймати обґрунтовані рішення та оптимізувати процеси для зростання прибутковості. Фінансові показники залучаються малим бізнесом до стратегічного планування та прогнозування економічного потенціалу підприємства. Регулярний моніторинг таких показників дозволяє компаніям встановлювати контрольні параметри, виявляти тенденції та приймати обґрунтовані рішення щодо інвестицій. Використання технологічних засобів для фінансового аналізу підвищує обґрунтованість аналітичної оцінки, що призводить до оптимізації управління фінансами на випадок сезонних або регіональних коливань. Методичні підходи до формування економічного потенціалу підприємства малого бізнесу враховують соціально-економічні фактори впливу на показники ефективності KPI. Застосування мережових підходів в аналізі соціально-економічних систем демонструє динамічні взаємозв'язки між компонентами ділової активності [21]. Всебічний аналіз ефективності сприяє розумінню, як малі підприємства використовують економічний потенціал у конкурентному економічному середовищі.

У наукових працях з проблем економічного потенціалу використовуються різні методичні підходи, що відрізняються за принципами та результатами. Ці підходи умовно поділяються на якісні та кількісні, та інтегровані в систему управління потенціалом, розроблену спеціально для малих підприємств.

Підходи до стратегічного управління потенціалом передбачають системний аналіз бізнес-середовища; розробку, реалізацію та оцінку стратегій підприємства. Моделі, подібні до тих, що запропонували вчені Н. Linnemann [22], L. Greiner [23], M. Johnson, K. Christensen, H. Kagerman [24], застосовуються для побудови організаційної структури та оцінки економічного потенціалу підприємства малого бізнесу. Визначення M. Johnson, K. Christensen, H. Kagerman є конкретними, послідовними об'єктивними, а бізнес-моделі складаються з взаємопов'язаних компонентів, зосереджених на розумінні ринкової динаміки та підтримці прийняття рішень, що, зрештою, підвищує конкурентоспроможність та економічний потенціал малого бізнесу.

Інструменти бенчмаркінгу є поширеним аналітичним підходом, що застосовує адаптовані методи для оцінки показників економічного та фінансового потенціалу. Це включає рейтингові оцінки, що порівнюють ефективність потенціалу малого бізнесу зі стандартами або передовими практиками, тим самим виявляючи сфери для вдосконалення та зростання.

Методи економічних досліджень потенціалу малого бізнесу використовуються для аналізу ринкової динаміки, економічного потенціалу та прийняття обґрунтованих стратегічних рішень. Економічні дослідження вчених виконують статистичний аналіз та моделювання економічного потенціалу для розуміння тенденцій та прогнозу результатів, допомагають малим підприємствам у стратегічному плануванні.

Методи прогнозування передбачають використання динаміки даних та наукових підходів для передбачення перспектив розвитку економічного потенціалу підприємства малого бізнесу. Аналіз показників у коротко-, середньо- та довгострокових часових проміжках дозволяє малому бізнесу підготуватися до передбачуваних змін ринку та скоригувати власні стратегії розвитку.

Якісні підходи, зокрема, глибокі інтерв'ю й етнографічні дослідження, стають надзвичайно важливими для розуміння економічного потенціалу малого бізнесу. Ці підходи допомагають аналітикам збирати великі обсяги описових даних як основу для практичного застосування в бізнес-стратегії.

Тематичні дослідження та порівняльний аналіз являють детальне вивчення економічного потенціалу підприємств або секторів малого бізнесу, пропонують розуміння ефективних практик і розв'язання проблем, з якими стикаються організації. Порівняльний аналіз дозволяє аналітикам оцінити відмінності та подібності економічного потенціалу підприємств, покращуючи розуміння факторів, що впливають на малий бізнес.

Кожен з методичних підходів має сильні та слабкі сторони. Кількісні підходи надають об'єктивні статистичні дані, але ігнорують контекстуальні й суб'єктивні аспекти, які охоплюють якісні методи.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Малий бізнес відіграє значну роль у народженні новітніх ідей, які дозволяють великим корпораціям зберігати лідерство на світовому ринку. Великі компанії вивчають досвід малих підприємств для стратегічного розвитку потенціалу й обміну напрацюваннями. У часи цифрової трансформації малий бізнес пристосовується до цифрових технологій та формує перспективні напрями, стимулюючи технологічний прогрес. З розширенням онлайн-торгівлі малому бізнесу необхідно активно нарощувати цифрову присутність. Аналітики прогнозують зростання ринку електронної комерції, що підкреслює важливість інвестування в економічний потенціал малих підприємств. Штучний інтелект перетворюється на доступний підхід для оптимізації бізнес-процесів та покращення сервісу клієнтів. Малий бізнес, який впроваджує цифрові технології та гнучко реагує на зміни, здатний не лише зберегти економічний потенціал, а й досягти значного успіху в умовах глобалізації та цифрової економіки.

Еволюція уявлення про економічний потенціал наголошує на важливості цього поняття для науково-технологічного розвитку та економічного зростання підприємства. На початку двадцятого століття основний акцент робився на виробничій спроможності держави; зараз увага переміщується на потенціал об'єктів промислового виробництва та системний підхід до його створення. Науковці визначають економічний потенціал як сукупність можливостей економічної системи, проте розбіжності в підходах до його структурування та оцінювання залишаються актуальною проблемою. Значущим є зв'язок між потенціалом та відтворенням продукції, а також роль економічного потенціалу в управлінні підприємствами та регіонами. Попри вагомий внесок вітчизняних науковців у теорію та практику економічного зростання, спостерігається нестача публікацій, що стосуються малого бізнесу та потреби в оновленні методичних підходів до формування економічного потенціалу підприємства в умовах технологічних змін.

Економічний потенціал малого бізнесу відіграє визначальну роль у розвитку регіональної та національної економіки в Україні. Так, американські малі підприємства забезпечують понад дві третини нових робочих місць, зміцнюють економічну стійкість та стимулюють інновації. Проте, малий бізнес у всіх країнах світу стикається з численними перешкодами, зокрема з проблемами у залученні капіталу, конкуренцією та потребує постійної адаптації до ринкових трансформацій. Застосування нових технологій та пошук нестандартних джерел фінансування, краудфандингу, мікрокредитування, є критично важливими для забезпечення функціонування й розвитку потенціалу підприємства малого бізнесу. Необхідно усвідомлювати, що економічний потенціал підприємств залежить від низки аспектів, таких як фінансова стійкість, технологічний розвиток та стан конкурентного ринку. Підприємці враховують ці фактори, щоб орієнтуватися в економічному просторі малого бізнесу.

Фінансові фактори, конкурентна середовище, економічні умови та впровадження технологічних інновацій суттєво впливають на економічний потенціал малих підприємств. Забезпечення стабільного фінансування дає змогу малому підприємству інвестувати в розвиток економічного потенціалу та нові ідеї, що сприяє зміцненню конкурентоспроможності. Проте високі відсоткові ставки та обмеженість інвестицій створюють перешкоди для зростання економічного потенціалу підприємств малого бізнесу. Територіальні особливості мають вирішальне значення для доступу до ресурсів та ринків. Економічна ситуація, зокрема інфляція та труднощі, вимагають від малого підприємства удосконалення стратегій розвитку. Цифрова модернізація стає важливим чинником, але її реалізація ускладнюється браком фінансування та кваліфікованих працівників. Управлінські навички, як частина підприємницьких компетенцій, є критично важливими для ефективного управління економічним потенціалом в умовах невизначеності.

Методичні підходи до формування економічного потенціалу підприємства малого бізнесу допомагають оптимізувати власні стратегії та ресурси. Проте залишаються проблеми, пов'язані з залученням інвестицій, дотриманням регуляторних вимог тощо. Загалом, для сталого розвитку малого бізнесу потрібна інноваційна стратегія розвитку, спрямована на ефективне використання економічного потенціалу підприємства.

Методичні підходи до формування економічного потенціалу підприємства акцентують на важливості як кількісних, так і якісних методів для всебічного аналізу розвитку малого бізнесу. Особлива увага приділяється конкурентному аналізу, що допомагає власникам малого бізнесу визначити ринкову вартість підприємств та створити дієві стратегії зростання. Застосування інструментів, таких як SWOT-аналіз та PESTEL, дозволяє ідентифікувати внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на діяльність, а відстеження ключових показників ефективності сприяє обґрунтуванню рішень. Підкреслюється цінність системного аналізу, стратегічного управління, бенчмаркінгу для оцінки економічного потенціалу малого підприємства. Методи прогнозування, а також якісні дослідження, такі як глибинні інтерв'ю та тематичні кейси, деталізують розуміння ринкової динаміки та стратегій розвитку економічного потенціалу підприємства малого бізнесу. Зрештою, кожен метод має свої переваги та недоліки. Об'єднання різних методичних підходів у систему управління економічним потенціалом підприємства є запорукою успішного розвитку малого бізнесу.

Література

1. Make your move with consumer intelligence (2025) Nielsen Consumer LLC. URL: <https://nielseniq.com/global/en/>

- 2.E-Commerce Market Size and Share Analysis - Growth Trends and Forecast Report 2025-2033. (2025) Research and Markets. 18.08.2025. URL: <https://www.researchandmarkets.com/report/e-commerce#src-pos-2>
- 3.Задоя А. О. (1986) Народногосподарський потенціал та інтенсивне відтворення. Київ-Донецьк. Головне видавництво видавничого об'єднання «Вища школа». С. 35.
- 4.Лапін Е. В. (2002) Економічний потенціал компанії: Монографія. Суми: ВТД «Університетська книга». С.293.
- 5.Економічний потенціал адміністративних та виробничих систем (2006) Монографія. Під. загальної ред. О.Ф. Балацького. Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. С. 550.
- 6.What Are Economic Factors? (9 Factors Affecting Business) (2025) *INDEED*. 28.03.2025. URL: <https://ca.indeed.com/career-advice/career-development/what-are-economic-factors>
- 7.Impact of Macroeconomic Factors on Small Businesses (2025) *ICFO*. URL: <https://icfo.pro/impact-of-macroeconomic-factors-on-small-businesses/>
- 8.Types and Sources of Financing for Start-up Businesses Ag Decision Maker (2025) Iowa State University Extension and Outreach. URL: <https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c5-92.html>
- 9.Types of Financing (2025) Library of Congress Legal. URL: <https://guides.loc.gov/small-business-financing/types>.
10. Sean Peek. (2025) Small Business Financing Options That Bypass Traditional Banks. Business News Daily. 23.11.2023. URL: <https://www.businessnewsdaily.com/1733-small-business-financing-options-.html>.
11. Financing options for businesses (2024) Bank of America. URL: <https://business.bankofamerica.com/en/resources/financing-options-for-small-businesses>
12. What Does Entrepreneurship Do For Job Creation? (2025) Economic Impact Catalyst. URL: <https://www.economicimpactcatalyst.com/blog/entrepreneurship-job-creation>
13. The Small Businesses Projecting Growth Aren't Those You Expect, Says Canadian Chamber Report (2024) Canadian Chamber of Commerce. URL: https://chamber.ca/news/the-small-businesses-projecting-growth-arent-those-you-expect-says-canadian-chamber-report/?doing_wp_cron=1755476688.0890200138092041015625
14. Maureen Lupunga Malesu, Pavel Syrovátka (2025). Critical success factors for small and medium-sized businesses: a PRISMA-based systematic review. Future Business Journal, volume 11, Article number: 32. URL: <https://fbj.springeropen.com/articles/10.1186/s43093-025-00458-1>
15. Fund your business (2025). U.S. Small Business Administration. URL: <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/fund-your-business>
16. Jared Sorensen (2025). Capital management Business Growth Funding Under the Radar: Little-Known Tactics to Raise Business Capital. Preferred CFO. URL: <https://preferredcfo.com/insights/funding-under-the-radar-tactics-to-raise-business-capital>
17. How do economic factors affect the success of your business? (2022). One Park Financial. URL: <https://www.oneparkfinancial.com/blog/economic-factors-that-affect-business>
18. Muhammad Azam Roomi (2025). Factors affecting the growth of small businesses. Cranfield Management Development. URL: <https://blog.som.cranfield.ac.uk/execdev/factors-affecting-the-growth-of-small-businesses>
19. Jack Nicholaisen (2023). The Impact of Government Regulations on Business Structures. Business Initiative. URL: <https://www.businessinitiative.org/statistics/business-structures/government-regulation/>
20. An Assessment of the Small Business Innovation Research Program: Project Methodology (2004). National Library of Medicine. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK25482/>
21. I.G. Parshutina, S.V. Shmanev, S.A. Ilinskaya email address, I.B. Ilyukhina (2019). Methodological Approaches To The Analysis Of Business Activity Of Regions. European Proceedings. URL: <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2019.04.14>
22. R. J. Ball (1967). H. Linnemann. An Econometric Study of International Trade Flows. The Economic Journal, Volume 77, Issue 306, 1 June 1967, Pages 366-368. URL: <https://academic.oup.com/ej/article-abstract/77/306/366/5235645>
23. Abey Francis (2024). Greiner's Model of Organizational Growth – Phases of Organizational Growth and Crisis. MBA Knowledge Base. URL: https://www.mbaknol.com/strategic-management/greiners-model-of-organizational-growth-phases-of-organizational-growth-and-crisis/#google_vignette
24. Mark W. Johnson, Clayton M. Christensen, Henning Kagermann. (2008) Reinventing Your Business Model. Harvard Business Review 86, No12. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=34830>

References

1. Make your move with consumer intelligence (2025) Nielsen Consumer LLC. URL: <https://nielseniq.com/global/en/>
2. E-Commerce Market Size and Share Analysis - Growth Trends and Forecast Report 2025-2033. (2025) Research and Markets. 18.08.2025. URL: <https://www.researchandmarkets.com/report/e-commerce#src-pos-2>
3. Zadoia A. O. (1986) Narodnohospodarskyi potentsial ta intensyvne vidtvorennia. Kyiv-Donetsk. Holovne vydavnytstvo vydavnychoho obiednannia «Vyscha shkola». S. 35.
4. Lapin E. V. (2002) Ekonomichnyi potentsial kompanii: Monohrafiia. Sumy: VTD «Univrsytetska knyha». S.293.
5. Ekonomichnyi potentsial administratyvnykh ta vyrobnychykh system (2006) Monohrafiia. Pid. zahalnoi red. O.F. Balatskoho. Sumy: VTD «Univrsytetska knyha», 2006. S. 550.
6. What Are Economic Factors? (9 Factors Affecting Business) (2025) *INDEED*. 28.03.2025. URL: <https://ca.indeed.com/career-advice/career-development/what-are-economic-factors>

7. Impact of Macroeconomic Factors on Small Businesses (2025) *ICFO*. URL: <https://icfo.pro/impact-of-macroeconomic-factors-on-small-businesses/>
8. Types and Sources of Financing for Start-up Businesses Ag Decision Maker (2025) Iowa State University Extension and Outreach. URL: <https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c5-92.html>
9. Types of Financing (2025) Library of Congress Legal. URL: <https://guides.loc.gov/small-business-financing/types>.
10. Sean Peek. (2025) Small Business Financing Options That Bypass Traditional Banks. *Business News Daily*. 23.11.2023. URL: <https://www.businessnewsdaily.com/1733-small-business-financing-options.html>.
11. Financing options for businesses (2024) Bank of America. URL: <https://business.bankofamerica.com/en/resources/financing-options-for-small-businesses>
12. What Does Entrepreneurship Do For Job Creation? (2025) *Economic Impact Catalyst*. URL: <https://www.economicimpactcatalyst.com/blog/entrepreneurship-job-creation>
13. The Small Businesses Projecting Growth Aren't Those You Expect, Says Canadian Chamber Report (2024) Canadian Chamber of Commerce. URL: https://chamber.ca/news/the-small-businesses-projecting-growth-arent-those-you-expect-says-canadian-chamber-report/?doing_wp_cron=1755476688.0890200138092041015625
14. Maureen Lupunga Malesu, Pavel Syrovátka (2025). Critical success factors for small and medium-sized businesses: a PRISMA-based systematic review. *Future Business Journal*, volume 11, Article number: 32. URL: <https://fbj.springeropen.com/articles/10.1186/s43093-025-00458-1>
15. Fund your business (2025). U.S. Small Business Administration. URL: <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/fund-your-business>
16. Jared Sorensen (2025). Capital management Business Growth Funding Under the Radar: Little-Known Tactics to Raise Business Capital. *Preferred CFO*. URL: <https://preferredcfo.com/insights/funding-under-the-radar-tactics-to-raise-business-capital>
17. How do economic factors affect the success of your business? (2022). *One Park Financial*. URL: <https://www.oneparkfinancial.com/blog/economic-factors-that-affect-business>
18. Muhammad Azam Roomi (2025). Factors affecting the growth of small businesses. *Cranfield Management Development*. URL: <https://blog.som.cranfield.ac.uk/execdev/factors-affecting-the-growth-of-small-businesses>
19. Jack Nicholaisen (2023). The Impact of Government Regulations on Business Structures. *Business Initiative*. URL: <https://www.businessinitiative.org/statistics/business-structures/government-regulation/>
20. An Assessment of the Small Business Innovation Research Program: Project Methodology (2004). *National Library of Medicine*. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK25482/>
21. I.G. Parshutina, S.V. Shmanev, S.A. Ilinskaya email address, I.B. Ilyukhina (2019). Methodological Approaches To The Analysis Of Business Activity Of Regions. *European Proceedings*. URL: <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2019.04.14>
22. R. J. Ball (1967). H. Linnemann. An Econometric Study of International Trade Flows. *The Economic Journal*, Volume 77, Issue 306, 1 June 1967, Pages 366-368. URL: <https://academic.oup.com/ej/article-abstract/77/306/366/5235645>
23. Abey Francis (2024). Greiner's Model of Organizational Growth – Phases of Organizational Growth and Crisis. *MBA Knowledge Base*. URL: https://www.mbaknol.com/strategic-management/greiners-model-of-organizational-growth-phases-of-organizational-growth-and-crisis/#google_vignette
24. Mark W. Johnson, Clayton M. Christensen, Henning Kagermann. (2008) Reinventing Your Business Model. *Harvard Business Review* 86, No12. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=34830>