

Я.М. ТВЕРСЬКА, М. В. ЛІТВИНЕНКО

ЗМІНИ В СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗВ'ЯЗКУ ЗІ СВІТОВОЮ ПАНДЕМІЄЮ COVID-19

В статті зазначено які підприємства відносять до малого та середнього бізнесу, визначено їх головну перевагу. Проведений аналіз впливу Covid-19 на діяльність окремих секторів економіки України. Наданий перелік заходів для стабільного поліпшення фінансової ситуації малого і середнього бізнесу після виходу їх із карантину. Зазначений перелік складових стратегій відновлення й особливої тактики щодо запобігання закриття малого і середнього бізнесу, що вивели власне підприємці України. Наслідки пандемії коронавірусу суттєво впливають на економічний розвиток держави через те, що наявне сповільнення світової економіки в цілому. Це може призвести до згасання ділової активності в Україні, що автоматично призведе до зростання безробіття. Було розглянуто, які бізнес-напрями стали та можуть стати актуальними та перспективними під час пандемії Covid-19 у різних сферах діяльності, а саме: продукти харчування, здоров'я, ліки, одяг, товари, що були у вживанні, товари необхідні для побуту, спорт товари, робота і бізнес онлайн в напрямку удосконалення особистості, заспокоєння, навчання дітей. Досліджено основну стратегію під час пандемії Covid-19, тобто онлайн бізнес, надано перелік найбільш доцільних та перспективних напрямків онлайн-бізнесу під час карантину. Також в Україні під час карантину була створена інформаційна панель як інструмент моніторингу соціально-економічних показників на період дії карантину, що дозволить визначити потрібний час для відновлення роботи економіки. Проаналізовано актуальні дані з цієї панелі. Вона є доволі інформативною і дає змогу опитним підприємцям малого та середнього бізнесу простежити статистику змін під час карантину й оцінити для себе усі ризики та переваги власної галузі. Важливо поліпшувати бізнес-клімат для реалізації підприємницького потенціалу в умовах пандемії Covid-19, необхідно і в подальшому проводити дослідження наявних перешкод та аналізувати актуальні й дієві стратегії для розвитку підприємництва України. Було запропоновано власне бачення впливу пандемії Covid-19 на розвиток малого і середнього бізнесу.

Ключові слова: підприємництво; малі та середні підприємства; стратегія розвитку підприємництва; пандемія Covid-19; бізнес, бізнес-напрями.

Я.Н. ТВЕРСКАЯ, М. В. ЛИТВИНЕНКО

ИЗМЕНЕНИЯ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СВЯЗИ С МИРОВОЙ ПАНДЕМИЕЙ COVID-19

В статье указано какие предприятия относят к малому и среднему бизнесу, определено их главное преимущество. Проведен анализ влияния Covid-19 на деятельность отдельных секторов экономики Украины. Предоставлен перечень мероприятий для стабильного улучшения финансовой ситуации малого и среднего бизнеса после выхода их из карантина. Предоставлен перечень составляющих стратегии восстановления и особой тактики по предотвращению закрытия малого и среднего бизнеса, который вывели собственно предприниматели Украины. Последствия пандемии коронавируса существенно влияют на экономическое развитие государства из-за того, что имеется замедление мировой экономики в целом. Это может привести к угасанию деловой активности в Украине, что автоматически приведет к росту безработицы. Было рассмотрено, какие бизнес-направления стали и могут стать актуальными и перспективными во время пандемии Covid-19 в различных сферах деятельности, а именно: продукты питания, здоровье, лекарства, одежда, товары, бывшие в употреблении, товары необходимые для быта, спорт товары, работа и бизнес онлайн, для успокоения, обучение, для детей. Исследовано основную стратегию во время пандемии Covid-19, то есть онлайн бизнес, дан перечень наиболее целесообразных и перспективных направлений онлайн-бизнеса во время карантина. Также в Украине во время карантина была создана панель как инструмент мониторинга социально-экономических показателей на период действия карантина и времени, необходимого для восстановления работы экономики. Проанализированы актуальные данные из этой панели. Она довольно информативна и позволяет опытным предпринимателям малого и среднего бизнеса проследить статистику изменений во время карантина и оценить для себя все риски и преимущества собственной отрасли. Важно улучшать бизнес-климат для реализации предпринимательского потенциала в условиях пандемии Covid-19, необходимо и в дальнейшем проводить исследования имеющихся препятствий и анализировать актуальные и эффективные стратегии для развития предпринимательства Украины. Было предложено собственное видение влияния пандемии Covid-19 на развитие малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: предпринимательство; малые и средние предприятия; стратегия развития предпринимательства; пандемия Covid-19; бизнес, бизнес-направления.

Y. TVERSKA, M.V. LITVINENKO

CHANGES IN THE SMALL BUSINESSES DEVELOPMENT STRATEGY IN CONNECTION WITH THE WORLD COVID-19 PANDEMIC

The article examines enterprises belonging to small and medium-sized businesses, their main market advantage is determined. The impact of Covid-19 on the activities of certain sectors of the Ukrainian economy is analyzed in detail. A list of measures was provided to stabilize and improve the financial situation of small and medium-sized businesses after their release from quarantine. The components of the recovery strategy and special tactics to prevent the closure of small and medium-sized businesses have been determined, based on information received, in fact, from Ukrainian entrepreneurs. The consequences of the coronavirus pandemic significantly affect the economic development of the state, leading to a slowdown in the global economy as a whole. This can lead to the extinction of business activity in Ukraine, which will automatically lead to an increase in unemployment. It was considered which business areas have become and can become relevant and promising during the Covid-19 pandemic in various fields of activity, namely: food, health, medicines, clothing, second-hand goods, household goods, sports goods, work and business online in the direction of personal improvement, calming, teaching children. It is shown that the main business strategy during the Covid-19 pandemic is online business, a list of the most expedient and promising areas of online business during quarantine is given. Also in Ukraine, during the quarantine, an information panel was created as a tool for monitoring socio-economic indicators for the period of the quarantine, which will determine the time required to restore the economy. The current data of this panel have been analyzed, its informativeness has been established, which allows experienced small and medium-sized businesses to track the statistics of changes during quarantine and assess for themselves all the risks and benefits of their own industry. The study shows the importance of improving the business climate for realizing entrepreneurial potential in the context of the Covid-19 pandemic. It is necessary to further conduct research on existing obstacles and analyze relevant and effective strategies for the development of entrepreneurship in Ukraine. As a result, they proposed their own vision of the impact of the Covid-19 pandemic on the development of small and medium-sized businesses.

Keywords: entrepreneurship; small and medium-sized enterprises; entrepreneurship development strategy; pandemic Covid-19; business, business lines.

Вступ. Світова пандемія Covid-19 призвела до різкого згортання діяльності малих та середніх підприємств в Україні.

Ризики, які є критичними для національного підприємництва, були обумовлені карантинними обмеженнями на здійснення окремих видів економічної діяльності.

Згортання малого підприємництва здатне спричинити руйнівні системні наслідки для національної економіки, такі як: спад ВВП та погіршення інших макроекономічних показників, дестабілізація банківської системи через дефолти суб'єктів підприємництва та фізичних осіб-позичальників, які залишилися без роботи, збільшення обсягів безробіття, нарощення дебіторської та кредиторської заборгованості.

Проблеми нерівномірного впливу карантину на окремі сегменти підприємництва були загострені карантинними заходами на національному та місцевому рівнях.

Аналіз стану питання. До малого і середнього бізнесу зараховують підприємства, які за кількістю працівників, обороту і доходу не перевищують установленної межі [1].

Головна перевага підприємств малого та середнього бізнесу – здатність швидко адаптуватися до змін, які можуть вплинути на економічні і соціальні перетворення в державі. Проте цей сегмент працює нестабільно і в умовах кризи, в порівнянні з діяльністю великого бізнесу, їх діяльність більше піддається негативним змінам економічного і політичного середовища країни [2, с. 4–6]. В Україні умови функціонування малого підприємництва мали доволі багато недоліків навіть до початку карантинних обмежень. Проблеми сталого розвитку і зростання підприємництва обумовлені наявністю багатьох перешкод, що, у свою чергу, впливає на соціально-економічну і політичну стабільність в державі [3, с. 65–73].

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження стратегій розвитку малого підприємництва у зв'язку зі світовою пандемією Covid-19, розгляд нових перспективних й актуальних бізнес-напрямів під час карантину.

Аналіз основних досягнень і літератури. Дослідженню проблеми сучасного стану та розвитку підприємництва в Україні, характерні риси формування середовища бізнесу, особливості державної політики підтримки малого підприємництва та аспекти стратегій його розвитку в Україні досліджували такі українські науковці, як Г. А. Лех [4, с. 224–229], З. С. Варналій [5, с. 104; 5, с. 226], С. Попов [6, с. 3–5], В. В. Виговська [7, с. 59–63], В. М. Геєць [8, с. 226], С. Г. Дрига [9, с. 459], В. В. Папп [10, с. 160–164], Т. А. Піхняк [2, с. 270–274] та ін.

Викладення основного матеріалу дослідження. Карантин був вимушеним заходом, що дозволив уникнути значних втрат на першому етапі поширення захворювання та підготувати медичну систему до боротьби з Covid-19. На сьогодні медична система в більшості регіонів готова до забезпечення лікування

всіх пацієнтів у разі нових можливих спалахів пандемії.

Забезпечивши необхідну спроможність медичної системи, Уряд почав перехід до адаптивної моделі карантину, заснованої на ризик-орієнтованому підході. Така модель дозволила забезпечити функціонування економіки та з найменшими втратами запобігти поширенню Covid-19. В свою чергу населення та бізнес повинні постійно бути готовими до переходу на нові соціальні стандарти.

Разом з тим обмежувальні заходи для порятунку людських життів вкрай негативно вплинули на діяльність бізнесу. Велика кількість підприємств різних секторів економіки зіткнулася з неможливістю провадити господарську діяльність, втратила доходи. Діяльність інших підприємств була суттєво обмежена [11].

З початком карантину малому і середньому бізнесу в Україні, особливо задіяному у сфері обслуговування, розваг і харчування, довелося закритися. Деяким компаніям ще вдалося перейти на інші форми роботи, однак така реструктуризація вимагала значного скорочення персоналу. При цьому залишаються зобов'язання компаній перед найнятими працівниками – зарплати мають бути виплачені, не можна допускати звільнень, а відпустка за свій рахунок для багатьох працівників є непосильним тягарем [1].

Доцільним є проведення аналізу впливу Covid-19 на діяльність окремих секторів економіки України.

Так, на ринку нерухомості, за даними сервісу подорожної оренди житла Dobovo, ціни на оренду нерухомості впали приблизно у три рази. Кількість замовлень великої служби таксі Bond, яка працює в Києві та Одесі, впала майже у три рази, за словами її засновника Петра Обухова. Що стосується судової системи, то під час карантину в Україні було перенесено вже понад 5 000 судів. Більш того зараз частину судових засідань переносять на невизначений термін, а ще частину справ пропонують розглянути без участі сторін [12].

Для стабільного поліпшення фінансової ситуації малого і середнього бізнесу після виходу їх із карантину, необхідно проводити такі заходи, як:

- реструктуризація та відтермінування боргів та позик від партнерів і фінансових закладів;
 - домовлятися про значну скидку на умови оплати оренди нерухомості, або хоча б відтермінування;
 - ввести спрощену систему оподаткування для максимальної кількості співробітників з метою зниження податкового навантаження;
 - некритичний персонал необхідно скоротити або відправити в тимчасові відпустки без оплати, при цьому гарантувати захист під час кризи. Аби уникнути скорочення, якщо є така можливість, персонал можна також перевести на інші типи роботи (наприклад, розроблення нових послуг і продуктів, попит на які з'явився під час кризи, або планування і підготовка до відновлення роботи компанії після кризи);
 - найм нового персоналу необхідно обмежити.
- Наразі наявне зниження ринкових зарплат для певних

професій і на ринку з'явиться багато вільних професіоналів [13];

- вартість робіт консультантів, які допомагають компанії не закритись шляхом пошуку нової актуальної бізнес-моделі, необхідно компенсувати;
- підтримувати підприємства, які перейшли в онлайн, шляхом надання пільг або прямої допомоги;
- державні закупівлі для підтримки малого і середнього бізнесу [1].

Слід зазначити, що будь-яка криза – це можливість для трансформації та розвитку бізнесу. Під час кризи будуть змінюватися вподобання і попит споживачів, з'являться нові ніші для бізнесу. Важливо не пропустити такі можливості і українським підприємцям.

Можна впевнено стверджувати, що реакція та дії малого бізнесу під час кризи мають бути швидкими. Будь-які плани та стратегії необхідно постійно переглядати залежно від змін ситуації. Також важливо, щоб координація таких дій відбувалась завдяки лідерству власників або керівників компаній [1].

Важливо відмітити, що підприємці України вивели власну стратегію відновлення й особливу тактику щодо запобігання закриття малого і середнього бізнесу, яка включає:

- необхідність оптимізувати витрати тотально в усьому;
- вести переговори щодо зменшення розміру оренди, а також щодо відстрочення оплати кредитів на період карантину;
- збереження робочих місць виключно за ключовими працівниками або командами шляхом проведення переорієнтації бізнесу та отримання дотацій із власних кишень;
- частково звільняти або зменшувати зарплати лише у разі гострої необхідності;
- провести переорієнтацію, іншими словами адаптувати бізнесу до нових умов. Яскравим прикладом можна навести заклади харчування, яким необхідно зосередитись на доставці й самовивезенні;
- перевести всі сфери бізнесу в онлайн-формати, а саме управління, комунікацію з клієнтами, рекламу [11].

Зазначимо, що наслідки пандемії коронавірусу суттєво впливають на економічний розвиток держави через те, що наявне сповільнення світової економіки в цілому. Це може призвести до згасання ділової активності в Україні, що автоматично призведе до зростання безробіття.

Далі розглянемо, які бізнес-напрями стали та можуть стати актуальними та перспективними під час пандемії Covid-19 у різних сферах діяльності.

Продукти харчування. Найбільш актуальними та популярними стали мікси різних страв, адже люди втомлюються вдома їсти однакову їжу, тим самим цей вид бізнесу задовольнить потребу в різноманітному харчуванні. Продаж консерв, заморожених продуктів є менш ризикованим, адже це продукти, які слабо псуються. Продаж солодощів, цукерок, випічки (доступні вуглеводи для підняття настрою) завжди популярні в кризу.

Здоров'я. Набула небувалої раніше популярності онлайн-діагностика і допомога, адже під час карантину добратися до лікарні стало більш складно, та й небезпечно, адже скупчення хворих збільшує ризик зараження. Також популярним став продаж наборів лікування й аналогічні ветеринарні послуги для тварин.

Ліки. Найбільш перспективний та рентабельний бізнес-напрямок під час пандемії Covid-19. Вакцинація і засоби антивірусного і антибактеріального захисту вийшли на новий рівень продажів. Стали популярними як традиційні та обов'язкові, так і профілактичні засоби лікування. Логічно, що люди починають більше доглядати за собою, тому можна зосередитись на продажі засобів особистої гігієни. Ще одним перспективним бізнес-напрямком є продаж контрацептивів: по-перше, люди менше хочуть заводити дітей під час кризи; по-друге, цільова аудиторія дуже велика і ризики входження на ринок низькі.

Одяг. Через те, що люди більшість вільного часу проводять вдома, то можна ввійти на ринок з ексклюзивними товарами власного виробництва такими як треніки, спорт костюми, піжами, тапочки і будь-який інший зручний одяг для дому.

Товари, що були у вживанні. В цій сфері будуть популярні комісійні магазини, що працюють онлайн, адже люди економлять в кризу. Майже ніхто не робить великі покупки, всі шукають, як заощадити, де купити дешевше. Дошки оголошень, сервіси порівняння цін будуть також актуальні.

Товари необхідні для побуту. Швидше за все недорогі товари будуть більш необхідними, ніж довговічні. Вибір в сторону одноразового посуду може бути популярнішим, ніж в сторону довговічного термосу. Також перспективним напрямком буде продаж інструментів: люди менше купують і більше ремонтують під час карантину. Популярними товарами будуть вентилятори, зволожувачі, лампи – товари для мікроклімату в будинку, а як ми всі розуміємо, люди, коли знаходяться багато часу вдома, почнуть піклуватися саме про мікроклімат, турбуючись про власне здоров'я. Звісно, соціальні мережі не залишаються непоміченими малим та середнім підприємництвом, тому товари для блогерів – камери, світло, петлички і т.д. – будуть популярними для створення більш якісного та привабливого контенту. Звичним для нас, але таким популярним під час пандемії, може стати продаж принтерів для роботи з домашнього офісу.

Спорт товари. Під час карантину більшість людей обирає домашні тренування з двох причин: нестача коштів або бажання уникати скупчення людей. Тому продаж товарів для заняття спортом в домашніх умовах буде на піку популярності.

Робота і бізнес онлайн, а саме фріланс і аутсорсинг послуг за цінами нижче за ринок набудуть ще більшої популярності.

Для заспокоєння. Не будемо забувати, що карантин – це все ж таки великий стрес для усіх, тому людям буде просто необхідний швидкий і дієвий релакс, або просто місце, де допоможуть впоратися з

тривою та переживаннями. Тому секти і релігійні організації з онлайн системою; психологічна допомога онлайн; мотиватори, коучі і т.д.; медитація і різні практики – всі ці бізнес-напрями набудуть особливої популярності.

Навчання. Наразі актуальними під час карантину є мовні школи; нові прості онлайн-професії; сучасні професії; онлайн-курси по корисним навичкам і щоденним рутинним заняттям (тренування вдома, медитація, кулінарія); репетитори. За бажанням в цій сфері можна доволі швидко зайняти гідні позиції.

Для дітей. Все, що займе увагу дітей коли вони почнуть багато часу проводити вдома з батьками: різні ігри; контент для дітей; дитячі гуртки онлайн – будь-який бізнес-напрямок для задоволення потреб батьків стане популярним та рентабельним.

Онлайн-бізнес. Звісно, це основна стратегія під час пандемії Covid-19, тому надамо перелік найбільш доцільних та перспективних напрямків онлайн-бізнесу під час карантину:

- бухгалтерія;
- оптимізація витрат і збільшення ефективності бізнес процесів, конверсії сайту, повернення інвестицій;
- фінансові радники;
- системи аналітики і прорахунку ризиків;
- хмарні сервіси для автоматизації та заміни людей;
- сервіси, що допомагають переходу бізнесу з оффлайна в онлайн;
- платформи для пошук партнерів, інвестицій, співробітників;
- фріланс і аутсорсинг будь-яких бізнес послуг;
- послуги, що допомагають приводити клієнтів: онлайн-маркетинг, віддалені продажі.

- фінансові та юридичні послуги, що допомагають пристосуватися до легальної, віддаленої роботи.

Як бачимо, що існує дуже багато перспективних, рентабельних, актуальних та доцільних бізнес-напрямків під час пандемії Covid-19. Головне завдання малого та середнього підприємництва полягає в здатності пристосуватися до нових умов ведення власного бізнесу та ефективно генерування ідей для просування та зайняття ніші.

Цікавим є факт, що в Україні під час карантину була створена панель як інструмент моніторингу за соціально-економічними показниками на період дії карантину та часу, потрібного для відновлення роботи економіки.

Усі дані для створення цієї панелі отримано від державних органів влади як офіційні відповіді на інформаційні запити або завантажено з офіційних веб-сторінок відповідних органів влади. Дані оновлюються щоденно.

Так, за даними цієї панелі [14], станом на 02 квітня 2021 року (387-й день карантину) захворіло 1 711 630 люд., а одужало 1 333 370 люд. (що складає 77,90 %). Також на цій панелі доступні такі дані як демографічна ситуація, зайнятість населення, приватні фінанси, статистика бізнесу, роздрібна торгівля, фінанси, бюджет і податки, динаміка доходів місцевих бюджетів (рис. 1).



Рис. 1 – Панель як інструмент моніторингу за соціально-економічними показниками на період дії карантину: сторінки фінанси та зайнятість населення [14]

Ця панель є доволі інформативною і дає змогу опитним підприємцям малого та середнього бізнесу простежити статистику змін під час карантину й оцінити для себе усі ризики та переваги власної галузі.

Висновки. Отже, підсумовуючи вище викладене, слід зазначити, що головне завдання будь-якого малого та середнього підприємства в Україні під час пандемії Covid-19 – це забезпечення ухвалення ефективних і дієвих управлінських рішень та делегування повноважень у дистанційному режимі.

Незважаючи на всі труднощі ведення бізнесу під час пандемії Covid-19, з'явилися нові актуальні та перспективні бізнес-напрями.

Можемо впевнено стверджувати, що бізнес, який має сильну онлайн складову, виграватиме в тих, хто звик працювати офлайн і через власну консервативність не здатен на зміни в процесі діяльності.

Зважаючи на важливість поліпшення бізнес-клімату для реалізації підприємницького потенціалу в умовах пандемії Covid-19, необхідно і в подальшому проводити дослідження наявних перешкод та аналізувати актуальні й дієві стратегії для розвитку підприємництва України з метою визначення пріоритетів та стимулювання сталого економічного розвитку малих і середніх підприємств та країни в цілому.

Список літератури

1. Вагнер І.М., Демко І.І. Вплив Covid-19 на економічний розвиток малого і середнього бізнесу в Україні *Вісник університету банківської справи*, 2020. №1 (37).

2. Піхняк Т.А. Організаційно-економічний механізм державного управління підприємствами малого бізнесу: світовий досвід та уроки для України/ *Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць*. 2012. Вип. 22.2. С. 270–274.
3. URL: www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=814 (дата звернення 12.04.21)
4. Лех Г.А., Ільчишин М. М., Туркало О. Я. Світовий досвід розвитку підприємств малого бізнесу. *Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць*. 2011. Вип. 21.15. С. 224–229.
5. Варналій З. С. *Мале підприємництво : основи теорії і практики*. 4-те вид., стер. Київ: Знання, КОО, 2008. 302 с.
6. Попов С., Поліщук Г. Забезпечення ефективності державної політики підтримки розвитку малого підприємництва: окремі аспекти. *Інформаційний простір. Українські реалії: досвід трансформацій: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф.* Хелм, Польща, 2016. С. 3–5.
7. Виговська В.В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку. *Актуальні проблеми економіки*, 2009. № 1. С. 59–63.
8. Варналій З.С., Геєць В.М., Кужель О.М., Лібанова Е.М. та ін. *Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь*. Київ: Держкомпідприємство, 2008. 226 с.
9. Дрига С.Г. *Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки*: монографія. Київ: ТОВ «ДКС центр», 2009. 459 с.
10. Пап В.В. Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. *Бізнес Інформ*. 2013. № 6. С. 160–164.
11. Державна програма стимулювання економіки для подолання негативних наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на 2020–2022 роки // ЗАТВЕРДЖЕНО постановою Кабінету Міністрів України від 27 травня 2020 р. № 534
12. Бізнес на карантині: статистика від Оpendatabot. URL: <https://news.dtki.ua/society/economics/61843> (дата звернення 12.04.21)
13. В умовах коронавірусу. Що робити малому та середньому бізнесу. URL: <https://sme.gov.ua/covid19/v-umovah-koronavirusu-shho-robyty-malomu-ta-serednomubiznesu> (дата звернення 12.04.21)
14. Економіка карантину. URL: <https://q.rating.zone/> (дата звернення 16.04.21)
- of NLTU of Ukraine: Coll. scientific and technical wash]. 2012. no. 22.2. pp. 270–274.
3. URL: www.dy.nayka.tsom.ua/?op=1&z=814 (data zvernennja 12.04.21)
4. Lekh H.A., Il'chysyn M.M., Turkalo O.Ya. Svitovyy dosvid rozvytku pidpryyemstv maloho biznesu [World experience in small business development. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny: zb. nauk.-tekhn. prats'* [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine: Coll. scientific and technical wash]. 2011. no. 21.15. pp. 224–229.
5. Varnaliy Z.S. *Male pidpryyemnystvo: osnovy teoriyi i praktyky* [Small business: basics of theory and practice]. 4-te vyd., ster. Kyiv: Znannya, KOO, 2008. 302 p.
6. Popov S., Polishchuk H. Zabezpechennya efektyvnosti derzhavnoyi polityky pidtrymky rozvytku maloho pidpryyemnystva: okremi aspekty [Ensuring the effectiveness of state policy to support the development of small business: some aspects]. *Informatsiynyy prostir. Ukrayins'ki realiyi: dosvid transformatsiy : materialy V Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Information space. Ukrainian realities: the experience of transformations: materials V International. scientific-practical conf.] Khelm, Pol'shcha, 2016. pp. 3–5.
7. Vyhov's'ka V.V. Malyy biznes Ukrayiny: suchasnyy stan i tendentsiyi rozvytku [Small business of Ukraine: current state and development trends]. *Aktual'ni problemy ekonomiky* [Current economic problems]. 2009. no 1. pp. 59–63.
8. Varnaliy Z.S., Heyets' V.M., Kuzhel' O.M., Libanova E.M. ta in. *Pro stan ta perspektyvy rozvytku pidpryyemnystva v Ukrayini: Natsional'na dopovid'* [On the state and prospects of entrepreneurship in Ukraine: National report] Kyiv: Derzhkompodpryyemnystvo, 2008. 226 p.
9. Dryha S.H. *Male pidpryyemnystvo Ukrayiny: stanovlennya, mekhanizmy upravlinnya ta pidtrymky* [Small business of Ukraine: formation, mechanisms of management and support] : monohrafiya. Kyiv: TOV «DKS tsentr», 2009. 459 p.
10. Papp V.V. Suchasnyy stan i tendentsiyi rozvytku maloho pidpryyemnystva v Ukrayini [Current state and trends of small business development in Ukraine]. *Biznes Inform* [Business Inform]. 2013. no 6. pp. 160–164.
11. Derzhavna prohrama stymulyuvannya ekonomiky dlya podolannya nehatyvnykh naslidkiv, sprychynenykh обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на 2020–2022 роки // ЗАТВЕРДЖЕНО постановою Кабінету Міністрів України від 27 травня 2020 р. № 534
12. Бізнес на карантині: статистика від Оpendatabot URL: <https://news.dtki.ua/sotsiety/etsonomits/61843> (дата зvernennja 12.04.21)
13. V umovakh koronavirusu. Shcho robyty malomu ta seredn'omu biznesu URL: <https://sme.gov.ua/tsovid19/v-umovah-koronavirusu-shho-robyty-malomu-ta-serednomubiznesu> (data zvernennja 12.04.21)
14. Ekonomika karantynu.– URL: <https://q.rating.zone/> (data zvernennja 16.04.21)

References (transliterated)

1. Vahner I.M., Demko I.I. Vplyv Covid-19 na ekonomichnyy rozvytok maloho i seredn'oho biznesu v Ukrayini [Injection of Covid-19 for the economic development of small and medium business in Ukraine] *Visnyk universytetu bankiv's'koyi spravy* [Bulletin of the University of Banking]. 2020. no1 (37).
2. Pikhnyak T. A. Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm derzhavnoho upravlinnya pidpryyemstvamy maloho biznesu: svitovyy dosvid ta uroky dlya Ukrayiny [Organizational and economic mechanism of state management of small business enterprises: world experience and lessons for Ukraine] *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny : zb. nauk.-tekhn. prats'* [Scientific Bulletin

Надійшла (received) 14.04.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Тверська Яна Миколаївна (Тверская Яна Николаевна, TverskaYanaMykolayivna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: dozeentt@gmail.com

Літвиненко Марія Владиславна (Литвиненко Мария Владиславна, Litvinenko Marija Vladuclavna) – кандидат технічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7422-8302>, e-mail: dozeentt@gmail.com