

DOI: 10.15276/ETR.05.2023.2
 DOI: 10.5281/zenodo.10091700
 UDC: 334.061
 JEL: L3, M1

РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

SMALL BUSINESSES DEVELOPMENT IN UKRAINE'S TERRITORIAL COMMUNITIES IN THE POST-WAR PERIOD

Oleksandr S. Balan, Doctor of Economic Sciences, Professor
Odesa Polytechnic National University, Odesa, Ukraine
 ORCID: 0000-0001-6711-5687
 Email: shurabalan@ukr.net

Maryna Ye. Shepel, PhD in Pedagogy, Associate Professor
Odesa Polytechnic National University, Odesa, Ukraine
 ORCID: 0000-0001-6534-9797
 Email: marinashepel@gmail.com

Myropi Garri
University of Portsmouth, Portsmouth, UK
 ORCID: 0000-0002-2462-0613
 Email: myropi.garri@port.ac.uk

Received 24.08.2023

Балан О.С., Шепель М.Є., Гаррі М. Розвиток малого підприємництва в територіальних громадах України в післявоєнний період. Оглядова стаття.

У статті розглядаються шляхи розвитку малого підприємництва в територіальних громадах України в післявоєнний період. Метою статті є дати рекомендації та ідеї щодо розвитку малого підприємництва в територіальних громадах України у післявоєнний період. Для досягнення поставленої мети дослідження було використано наступні цілі: аналіз наукової літератури з теми дослідження, аналіз вторинних даних з відкритих інтернет-ресурсів та надання ідей щодо розвитку малого бізнесу України в післявоєнний період. Запропоновано такі ідеї розвитку малого підприємництва в територіальних громадах України в післявоєнний період: взаємозв'язок малого підприємництва в територіальних громадах з електронним урядуванням у покращенні їхніх послуг; використання штучного інтелекту для збору та аналізу даних про клієнтів для прийняття обґрунтованих рішень щодо цільової аудиторії та її переваг; створення хабу для фізичних осіб-підприємців з громад, де вони зможуть обмінюватися своїми ідеями; на базі КНЦ «Політех-консалт» створити курси для початківців фізичних осіб-підприємців з територіальних громад, де їх навчатимуть усім аспектам відкриття та ведення малого підприємництва.

Ключові слова: малі підприємства, розвиток, післявоєнний період, підприємство, Україна

Balan O.S., Shepel M.Ye., Garri M. Small Businesses Development in Ukraine's Territorial Communities in the Post-War Period. Review article.

The article deals with the ways of small business development in Ukrainian territorial communities in the post-war period in Ukraine. The aim of this article is to give recommendations and ideas on small business development in Ukrainian territorial communities in the post-war period. In order to achieve the research goal, the following tasks were used: the scientific literature analysis on the research topic, the secondary data analysis from open Internet resources, and providing ideas for small business development in Ukraine's territorial communities in the post-war period. The following ideas for small business development in Ukraine in the post-war period are proposed: the relationship between small businesses in territorial communities and e-government in improving their services; using artificial intelligence in order to collect and analyze customer data to make informed decisions about the target audience and its preferences; a hub creation for individual entrepreneurs, where they can exchange their ideas; on the basis of the Politech-Consult CTC to create courses for aspiring individual entrepreneurs from territorial communities, where they will be taught all the aspects of opening and running their small business.

Keywords: small businesses, development, the post-war period, an entrepreneur, Ukraine

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію незалежної демократичної України докорінно змінило всі сфери життя. Від військової агресії постраждало багато суб'єктів господарювання та установ, які забезпечували життєдіяльність країни. Вторгнення також торкнулося малого бізнесу як частини економічної системи країни. Багато малих підприємств через війну закрили, інші релокувалися до більш безпечних громад або змінили вид діяльності. Але бачимо і хорошу тенденцію – з серпня 2022 року по березень 2023 року кількість малих підприємств зросла зі 132 тисяч до 202 тисяч [1], [2]. А станом на I півріччя 2023 українці відкрили 134 нових малих бізнесів, що становило 70% від кількості відкритих фопів за весь 2022 рік [3]. Більшість нових підприємств займаються роздрібною торгівлею, але як і раніше вистачає тих, хто вирішив працювати в сфері ІТ.

Найбільше нових фопів було створено у червні – понад 31 тисяча. Це найбільший показник не лише за період повномасштабного вторгнення, а й за останні три роки. Для порівняння, востаннє більше 30 тисяч нових підприємств було зареєстровано у червні та липні 2020 року [3]. Тобто, не дивлячись на повномасштабне вторгнення РФ, малі підприємства, які знаходяться у громадах, продовжують розвиватися, несучи свій вклад у наближення Перемоги України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Проблеми управління підприємствами та розвитку підприємництва, їх конкурентоспроможності розглядалися у працях Г. Мазур та

А. Руденко [4], С. Філіппової, Р. Левкіної та Я. Котко [5], С. Писаренко та М. Грицаєнко [6], З. Шацька та Я. Горбачов [7], І. Сидорук [8], В. Атюкшина [9], А. Бутенко [10], Ю. Продіус та О. Рожок [11], Л. Чернишова [12], І. Назаркевич та О. Назаркевич [13], В. Антошук [14], Н. Пар'єва [15]. Безпеку підприємства та інклюзивну соціальну відповідальність досліджували О. Сороківська [16], І. Гнатенко [17], Г. Смоквіна та О. Янковська [18], Н. Бондарчук та А. Педко [19], О. Продіус [20], М. Дудек, І. Башинська, С. Філіппова, С. Єрмак, Д. Сішон [21], М. Грицаєнко [22]. Маркетингову діяльність у діяльності підприємств досліджували З. Соколовська, Н. Яценко, М. Федорова [23], Г. Темченко, О. Бондарчук та К. Астаф'єва [24], Н. Павлішина та В. Резанцева [25], О. Вашків та Ю. Гавриленко [26], А. Крамаренко та М. Вишневська [27], Л. Донець, О. Ніколюк, Р. Значкек [28]. Тенденції розвитку бізнесу в Україні досліджували В. Марченко, Д. Хари-тоненко [29], Л. Симків, С. Побігун [30], А. Безус, К. Шафранова [31]. Проблемам використання ІКТ у сфері підприємництва: Е. Абу-Шанаб, М. Османі [32], Б. Сога, С. Вяс-Догаперсад [33], Д. Віанна Томпсон, Р.Т. Раст, Дж. Рода [34], П. Вайлд [35], І. Мерелл, Дж. Філіпсон, М. Гортон, П. Кові [36], П. Буданія, Г. Гарвіта, Г. Лодха, С. Будаурія, Б. Сінф, Е. Рао [37], М. Сіра [38], П. Шарма [39], С. Шарма [40], С. Шьогль, Ц. Постулка, Р. Бернштайнер, Ц. Плодер [41]; роль малого підприємництва у розвитку громад досліджували: Б. Буркинський [42], І. Купріянич, А. Дорош, В. Салюта [43], О. Ковбаса [44], Т. Ільченко, І. Застрожнікова [45], Корінець Р.Я., Перерва Г.Л. [46] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Зараз важко спрогнозувати, як малі підприємства працюватимуть у територіальних громадах післявоєнний період. Таким чином,

виникають наступні дискусійні питання: які найкращі практики та інструменти можна використати для розвитку малого підприємництва в територіальних громадах України у післявоєнний період.

Метою статті є надати рекомендації та ідеї щодо розвитку малого підприємництва в територіальних громадах в післявоєнний період.

Для досягнення зазначеної мети дослідження визначаємо наступні завдання: проаналізувати наукову літературу з теми дослідження, провести вторинний аналіз даних з відкритих інтернет-ресурсів та надати ідеї щодо розвитку малого підприємництва в українських громадах у післявоєнний період.

Виклад основного матеріалу дослідження

Незважаючи на повномасштабне вторгнення, українці продовжують відкривати нові підприємства. За минулий рік, з початку повномасштабного вторгнення РФ, в Україні було зареєстровано понад 202 тисячі нових ФОПів. Після початку війни певний час не працювали реєстри і відкрити дрібний бізнес було неможливо. Після відновлення можливості розпочати власну справу за допомогою додатку «Дія» за перший день було зареєстровано понад тисячу нових бізнесів. Уже в квітні їх кількість зросла вдсятеро — до 12,6 тис. випадків. Відтоді кількість нових малих підприємств зросла, досягнувши піку у вересні – 20,1 тисячі. Після невеликого спаду восени та на початку зими, швидше за все, пов'язаного з відключенням світла та масованими обстрілами цивільної інфраструктури з боку Російської Федерації, на початку 2023 року кількість нових малих та середніх підприємств знову почала збільшуватися. У таблиці 1 наведено кількість нових підприємств, відкритих у період російського повномасштабного вторгнення з березня 2022 року по червень 2023 року [2, 3].

Таблиця 1. Кількість малих підприємств, відкритих у період повномасштабного вторгнення

2022 рік		2023 рік	
Березень	1 946	Січень	16 931
Квітень	12 626	Лютий	16 440
Травень	15 408	Березень	15 893
Червень	17 950	Квітень	21 481
Липень	19 085	Травень	25 623
Серпень	20 108	Червень	31 477
Вересень	20 136		
Жовтень	17 324		
Листопад	15 934		
Грудень	11 951		

Джерело: складено авторами за матеріалами [2, 3]

Аналізуючи таблицю 1, бачимо, що найменше малих підприємств було відкрито у березні 2022 року (1 946), найбільше – у червні 2023 року (31 477).

У регіональному розрізі ми маємо такі результати зареєстрованих малих підприємств станом на червень 2023 які наведено в таблиці 2 [3].

Таблиця 2. Кількість суб'єктів малого підприємництва в територіальних громадах за областями станом на червень 2023 р.

Область	Кількість малих підприємств
1. Вінницька область	13 498
2. Волинська область	9 440
3. Дніпропетровська область	27 886
4. Донецька область	5 605
5. Житомирська область	9 701
6. Закарпатська область	7 667
7. Запорізька область	9 307
8. Івано-Франківська область	11 613
9. Кіровоградська область	7 254
10. Київська область	23 765
11. м. Київ	48 140
12. Луганська область	1 350
13. Львівська область	27 006
14. Миколаївська область	7 381
15. Одеська область	21 700
16. Полтавська область	13 015
17. Рівненська область	9 338
18. Сумська область	7 213
19. Тернопільська область	7 436
20. Харківська область	21 663
21. Херсонська область	2 564
22. Хмельницька область	12 588
23. Черкаська область	9 645
24. Чернігівська область	7 773
25. Чернівецька область	8 470
26. Крим	82
27. Севастополь	16

Джерело: складено авторами за матеріалами [2, 3]

Аналізуючи таблицю 2, можна побачити, що найбільше малих підприємств відкрито в м. Києві, Київській, Львівській, Харківській, Дніпропетровській, Одеській, Полтавській областях, найменше малих підприємств відкрито в Закарпатській, Волинській, Тернопільській Луганській, Херсонській, Запорізькій та Донецькій областях, а також АР Крим та Севастополі.

Війна змінила і діяльність малого та середнього бізнесу. Найбільш затребувані сфери, у яких відкриваються нові малі підприємства, не

змінюються. Подібно до минулого року, у першій половині 2023-го перше місце посіла роздрібна торгівля (нею офіційно почали займатися більше 38 тисяч нових підприємців-українців). Другим за популярністю залишається КВЕД «Комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність», який був найпопулярнішим до початку повномасштабного вторгнення. Цьогоріч у цій сфері власну справу розпочало вже 12 тисяч підприємців. Замикає трійцю «Надання інших індивідуальних послуг» – у цій сфері розпочали працювати більше 8 тисяч фопів [3].

Таблиця 3. Топ напрямків відкриття малого бізнесу у I півріччі 2023

Категорія	Кількість
Роздрібна торгівля	38 405
Комп'ютерне програмування	11 882
Надання інших індивідуальних послуг	8 745
Оптова торгівля	7 766
Кафе та ресторани	7 542
Транспорт	6 690
Інформаційні послуги	6 579
Освіта	3 569
Оптова та роздрібна торгівля авто	3 224
Діяльність головних офісів	5 057
Інші	39 391

Джерело: складено авторами за матеріалами [3]

Аналізуючи таблицю 3, можна побачити, що найбільше малих підприємств відкрито в таких категоріях, як роздрібна торгівля, комп'ютерне

програмування та оптова; найменше малих підприємств відкрито в таких категоріях як: освіта, оптова та роздрібна торгівля авто.

Важко передбачити, які категорії малих підприємств будуть відкриті після закінчення війни. На нашу думку, малі підприємства будуть розвиватися в категоріях індивідуальних послуг, інформаційних послуг, харчування, освіти.

Нагального вирішення сьогодні потребують шляхи розвитку малого підприємництва в територіальних громадах у післявоєнний період. На нашу думку, для розвитку малого підприємництва в територіальних громадах у післявоєнний період можуть бути використані такі ідеї: взаємозв'язок малого бізнесу в територіальних громадах з електронним урядуванням для покращення їхніх послуг; використання штучного інтелекту для збору та аналізу даних про клієнтів, що дозволить малому підприємству у громадах приймати обґрунтовані рішення щодо цільової аудиторії та її переваг; створення хабу для фізичних осіб-підприємців, де вони зможуть обмінюватися своїми ідеями; на базі Консультаційно-навчального центру «Політех-Консалт» створюють курси для фізичних осіб-підприємців-початківців з територіальних громад, де їх навчатимуть аспектам ведення бізнесу, управління персоналом, фінансової грамотності, залучення інвестицій. Розглянемо це докладніше.

Так, електронне урядування та інформатизація відіграють важливу роль у зміні вигляду традиційного надання державних послуг, обіцяючи підвищення ефективності та більш клієнторієнтований та дружній підхід. Інформатизація є одним із засобів сприяння електронному уряду, який можна умовно визначити як управління та надання (потенційно інтерактивних) державних послуг з використанням цифрових технологій, головним чином зосереджених навколо ІКТ [33].

Ефективне впровадження електронного урядування могло б зіграти особливо важливу роль у спрощенні для малих і середніх підприємств доступу та використання систем реєстрації та ліцензування бізнесу, оскільки воно містить можливість полегшити час, витрати та елементи процесу, пов'язані з регулюванням бізнес проблеми, з якими зараз стикаються МСП [47].

Електронне урядування сприяє багатьом сферам, таким як покращення послуг, збагачення демократичних і консультаційних практик, покращення ефективності державного сектору та подолання цифрового розриву. Досі вважається, що розвиток електронного урядування опосередковано впливає на сфери, які важко пов'язати. Підприємництво є однією зі сфер, яка отримує вигоду від електронного урядування у двох напрямках. Перший реалізується через концепцію відкритої інформації, коли нові підприємства можуть знайти необхідну інформацію на сторінках електронного уряду та коли вони починають нове підприємство. Другий напрямок походить від інфраструктури та послуг, які приносять користь новому підприємству та

вказують, наскільки такі підприємства можуть отримати від них вигоду [32].

Гарною ідеєю є створення міжурядового координаційного органу МСП/МЕР та електронного урядування, до складу якого входять усі зацікавлені сторони, визначені в рамках, які б очолили впровадження запропонованої структури. Удосконалення порталу електронного урядування слід розглянути з метою інтеграції різних агенцій і відділів, які мають надавати допомогу МСП. Розробка окремої стратегії МСП/МЕР повинна бути спрямована на вирішення визначених проблем. Муніципалітети повинні взяти до уваги гарантії економії на масштабах у розширенні широкосмугового зв'язку з перевагами покращеного доступу до мережі інтернет для МСП. Розширення використання електронного урядування має бути посилене з метою охоплення підприємства в муніципалітетах таким чином, щоб збільшити їх використання даних систем. Слід запровадити регулярний моніторинг та оцінку еволюції та використання електронного урядування, що може допомогти оцінити ступінь, до якого системи електронного урядування залишаються актуальними та можливими для використання МСП та іншими потенційними бенефіціарами. Таким чином, електронний уряд розглядається як система, яка підтримує покращену небюрократичну підтримку надання послуг і, отже, пропонує рішення для зазначених проблем, пов'язаних із МСП [33].

Послуги електронного урядування класифікуються як орієнтовані на пошук та орієнтовані на транзакції. Цифрові можливості фірми визначають ступінь використання електронним урядом для цілей, орієнтованих на пошук, що, у свою чергу, підвищує прибутковість; натомість подібного ефекту не виявлено для транзакційно-орієнтованого електронного уряду. Електронний урядування може потенційно розширити ринки, у той час як урядові веб-сайти надають інформацію, пов'язану з можливими перспективами отримання прибутку, разом із розміщенням інформації про комерційні підприємства, списки субпідрядників, мережу покупців тощо, допомагають фірмам шукати перспективи отримання прибутку для покращення їхній бізнес [34].

В Україні електронне урядування впроваджує Міністерство цифрової трансформації, яке розробило додаток Дія. У 2020 році запустили повномасштабний національний проект з розвитку підприємництва та експорту Дія .Бізнес. З травня 2021 року проект реалізується Міністерством цифрової трансформації спільно з Офісом сприяння підприємству та експорту (Офіс з питань підприємництва та просування експорту) державною установою, яка відповідає за розвиток та підтримку українського підприємництва на внутрішньому та міжнародному ринках [48].

Філософія проекту така: надихнути на створення бізнесу; навчати підприємництва з дитинства і протягом усього життя; допомогти

відкрити власну справу; захистити українського підприємця за допомогою дотримання бізнес-клімату та регуляторного середовища; сприяти розвитку, масштабуванню та інтернаціоналізації українського бізнесу [49].

Проект має онлайн і офлайн компоненти. Онлайн-компонент реалізований через Бізнес-Портал Дія у форматі «єдиного вікна», де можна знайти всю необхідну інформацію для заснування та розвитку власного бізнесу. Офлайн-компонент включає місця, де українці можуть отримати безкоштовні консультації, відвідати освітні заходи для підприємців, орендувати зал для заходів, протестувати власний продукт на спеціальній рор-ур локації.

Відкрито центри підтримки підприємництва в Харкові, Миколаєві, центр для студентів на базі Київського національного університету імені Тараса Шевченка, пілотний формат консалтингового стенду в Черкасах. Центри підтримки підприємців також відкриті в Одесі, Полтаві, Ужгороді, Бучі, Тернополі, Кривому Розі, Кременчуці, Рівному, Луцьку. Консультаційний центр також відкрито у Варшаві [50].

Іншим порталом, створеним цифровою трансформацією України, є електронна Україна. Основна мета Організації – сприяння розробці та впровадженню політики та послуг електронного урядування, його застосуванню в усіх секторах економіки, науки та освіти України, а також систематизації сфери інформаційних технологій та розвитку інформаційного суспільства. Основними завданнями Організації є сприяння розвитку електронних послуг у державній сфері електронного урядування та комерційній сфері; сприяння створенню та подальшій реалізації стратегій ІКТ в Україні. сприяння підвищенню рівня комп'ютерної грамотності населення України, накопиченню знань у сфері інформаційних технологій; сприяння створенню в Україні та впровадженню сучасних систем і сервісів світового рівня; сприяння інноваційному розвитку, трансфер технологій; сприяння координації робіт з розробки інформаційних технологій та програмного забезпечення; сприяння координації робіт з розробки інформаційних технологій та програмного забезпечення; сприяння автоматизації процесів управління на всіх рівнях державної влади; дослідження, розробка та стандартизація інформаційних технологій у сфері електронного урядування; проведення наукових досліджень та моніторингу за окремими темами та завданнями з підготовкою спеціалізованих доповідей, пропозицій, методичних рекомендацій; сприяння побудові інтерактивної карти електронної України; створення та розповсюдження електронних журналів, каталогів та електронних списків, архівів, підручників, а також змісту та програм, шкіл, семінарів, форумів; участь у галузевих, національних та міжнародних програмах сприяння доступу до інформації; сприяння входженню України у світовий

інформаційний простір; участь у заходах щодо усунення недоліків законодавства щодо створення, збирання, накопичення, обробки, зберігання, розповсюдження, надання та використання інформації; співробітництво з державними, науковими та громадськими організаціями України та зарубіжних країн, окремими іноземними громадянами з питань, що стосуються статутної діяльності Організації; організаційно-методичне, наукове та інформаційно-технічне забезпечення програм, експертизи та конкурсів інноваційних проектів і наукових досліджень, науково-проектних робіт у сфері інформаційних технологій; участь в організації конференцій, фестивалів, сесій, семінарів, доповідей з метою розробки та впровадження послуг електронного урядування [51].

Таким чином, мале підприємництво може взаємодіяти з електронним урядом, щоб покращити свої послуги та отримати державну підтримку.

Ще одним важливим моментом для розвитку малого підприємництва є створення спеціального міжнародного хабу, де молодь і підприємці зможуть обмінюватися ідеями. У глобальному бізнесі хаби можна визначити як бізнес-сайти, які мають високий взаємозв'язок зі світовою економікою через величезні потоки товарів і капіталу [35]. П. Вайлд стверджує, що важливість глобальних бізнес-центрів для таких МСП фактично зростає, оскільки тягар інтернаціоналізації МСП щодо посередництва міжкультурних відмінностей та управління матеріальними та нематеріальними ресурсами в різних географічних відстанях та часових поясах залишається, незважаючи на безмежну спроможність міжнародної бізнес-мережі [37].

Дослідники І. Мерелл, Дж. Філіпсон, М. Гортон, П. Кові провели перше поглиблене дослідження ролі R&D у забезпеченні фізичної інфраструктури для сільського бізнесу, а також можливість для сільського бізнесу подолати брак близькості до різноманітних мереж і систем підтримки, необхідних для інноваційної та підприємницької діяльності [36].

Корпоративні хаби визначаються як надання робочих просторів для кількох компаній-орендарів, які розташовані разом із додатковими сервісами, такими як спільне обладнання, кімнати для переговорів, місця для спільної роботи та бізнес-консультації чи підтримка. Вони відрізняються від стандартних бізнес-приміщень з точки зору надання таких послуг, а також доступом, який вони пропонують до мережевих можливостей, які є внутрішніми чи зовнішніми щодо хабу. Вони мають різноманітні характеристики власності, при цьому за управління ними часто можуть відповідати приватний, державний або третій сектори, які іноді діють у партнерстві [36].

Таким чином, створення хабу для підприємців на місцевому, національному та глобальному рівнях може допомогти майбутнім підприємцям

знати тенденції на світовому ринку та спілкуватися з досвідченими підприємцями.

Також було б непогано створити в університетах спеціальні хаби для студентів, де б вони могли спробувати відкрити свої маленькі стартапи в рамках свого майбутнього малого підприємництва за підтримки керівництва університету, викладачів та стейкхолдерів.

Ще один важливий момент у розвитку малого бізнесу в післявоєнний період – використання штучного інтелекту для збору та аналізу даних про клієнтів, щоб працювати з цільовою аудиторією та відповідати її потребам.

Новітні передові технології, такі як штучний інтелект і робототехніка, також відіграють провідну роль у всіх секторах, замінюючи людський інтелект більш ефективним комп'ютеризованим безпомилковим інтелектом, який ефективно підвищує загальну ефективність бізнесу [37].

М. Сіра стверджує, що штучний інтелект (ШІ) спрощує аналіз великих даних шляхом автоматизації та вдосконалення підготовки та візуалізації даних та інших складних аналітичних завдань. Крім того, ШІ додає інтелектуальність існуючим продуктам. Автоматизація, розмовні платформи, боти та розумні машини можуть поєднуватися з великими обсягами даних для вдосконалення багатьох технологій. ШІ може максимально використовувати дані, використовуючи алгоритми самонавчання та бути дуже корисним інструментом, коли мова йде про управління бізнес-інформацією. Алгоритми ШІ вже допомагають компаніям ефективніше керувати даними за допомогою глибокого аналізу [40]. Використання штучного інтелекту може підвищити продуктивність організації, оскільки це може допомогти працювати висококваліфіковано, заощаджувати час, підвищувати операційну ефективність, аналізувати величезні обсяги даних у менший проміжок часу, пропонувати розумні поради та підтримку, коли це необхідно, і швидше приймати рішення [38, с. 308].

Автоматизація та ШІ можуть підвищити ефективність і продуктивність малого підприємства. Визначення зон для автоматизації та оцінка готовності бізнесу є ключовими факторами успіху. Це передбачає розгляд технічних, організаційних і фінансових аспектів бізнесу та складання плану впровадження систем автоматизації. Наступним кроком є оцінка та вибір відповідних засобів автоматизації та рішень, які відповідають конкретним потребам і цілям бізнесу. Необхідно враховувати такі фактори, як функціональність, інтеграція, вартість, зручність, підтримка та обслуговування. Малі підприємства можуть досягти успіху, застосувавши структурований і комплексний підхід до систем автоматизації та штучного інтелекту та пожинаючи переваги підвищення ефективності та конкурентоспроможності [40].

Компанії визнають конкурентну перевагу, яку штучний інтелект може приписати своїм

ланцюжкам створення вартості, зокрема, коли мова йде про автоматизацію та підвищення ефективності процесів [48].

Малі підприємства, які закріпилися у своїх ринкових нішах і вийшли на крок далі, можуть придбати технології штучного інтелекту у постачальників штучного інтелекту. А ті малі підприємства, які перебувають на стадії зародження, можуть використовувати платформи на базі штучного інтелекту великих постачальників послуг, які допомагають їм адаптувати та використовувати автоматизацію ШІ для своїх малих підприємств. Тут також зроблено висновок, що успішне впровадження автоматизації штучного інтелекту залежить від того, наскільки ефективно малі підприємства ідентифікують і аналізують дані, доступні їм або всередині впровадженої системи ШІ [39].

Соціальні мережі можна назвати частиною ШІ. Вони можуть допомогти малим підприємствам збирати дані та інформацію від споживачів [52].

Існує кілька аспектів використання соціальних мереж у розвитку бізнесу. По-перше, соціальні медіа дозволяють компаніям і клієнтам спілкуватися способами, які були неможливі в минулому. Таке підключення стає можливим через різноманітні «платформи: соціальні мережі (Facebook, LinkedIn, Google+); Мікроблоги (Twitter, Tumblr); обмін фотографіями (Instagram, Snapchat, Pinterest); обмін відео (YouTube, Facebook Live тощо)». По-друге, змінилося те, як клієнти та компанії взаємодіють та впливають один на одного. Такі дії, як обмін інформацією, аналіз, дебати та обговорення, покладаються на спілкування та взаємодію. По-третє, вибух соціальних медіа дозволив компаніям покращити управління відносинами з клієнтами, а також бізнес-рішення. Соціальні медіа є культурно важливими, оскільки для багатьох людей вони стали основною сферою отримання великої кількості інформації про навколишній світ [53].

Ефективність цифрового рекламного простору вища, оскільки він пропонує більш цілеспрямований підхід до реклами, з можливістю охоплення певних демографічних груп і відстеження успіху підприємств у режимі реального часу. Ця пряма лінія зв'язку може допомогти компаніям удосконалити свій Instagram алгоритм, створений для показу користувачам вмісту, який найбільше відповідає їхнім інтересам, на основі низки факторів, таких як залучення, своєчасність і стосунки. Це означає, що якщо ваш малий бізнес може створювати контент, який резонує з вашою цільовою аудиторією та створює високий рівень залучення, алгоритм Instagram винагородить вас збільшенням видимості та охоплення [52].

Соціальні мережі відіграють вирішальну роль у розвитку малого бізнесу, особливо на етапі стартапів. Вони допомагають презентувати продукти та ідеї громадськості в основному безкоштовно, і вони чудово взаємодіють між малими підприємствами та споживачами.

Ще одним важливим аспектом у розвитку малого бізнесу може стати створення спеціальних курсів для початківців фізичних осіб-підприємців територіальних громад на базі Консультаційно-навчального центру підприємництва та інноваційної діяльності «Політех-Консалт».

Особливістю цього освітнього центру є: багаторічний досвід роботи в освітній сфері; всі викладачі, які проводять майстер-класи, курси та семінари, мають найвищу кваліфікацію, вільно володіють предметом, мають досвід практичної роботи, доступно та цікаво викладають матеріал будь-якої складності; сучасні підходи, технології та методики, ліцензійне програмне забезпечення, сучасні комп'ютерні класи, комфортні аудиторії; заняття проводяться в малих групах, що дозволяє приділити належну увагу кожному студенту; відвідувачі мають можливість отримати сучасні знання за розумною ціною; після закінчення курсів видається іменний сертифікат, який підтверджує знань слухача.

КНЦ «Політех-Консалт» також пропонує консалтингові послуги у сфері створення та управління бізнесом. Його мета – надання клієнтам інструментів та методології для створення успішного та процвітаючого бізнесу. Тільки в напрямку активізації підприємницької діяльності в Одеській області за час роботи центр надав освітню та консультаційну допомогу понад 2000 слухачам, які бажали опанувати себе у сфері підприємницької діяльності. Понад 75% з них стали приватними підприємцями.

КНЦ «Політех-Консалт» надає наступні послуги: надання консультаційних послуг підприємцям-початківцям; бізнес-консультування для розвитку малого та середнього бізнесу; надання організаційної та іншої підтримки на початковому етапі становлення бізнесу; розробка перспективних бізнес-планів; розробка стратегії діяльності, плану інвестиційного розвитку, маркетингового плану просування послуг на ринках; проведення відкритих та корпоративних бізнес-практикумів, семінарів [53].

При створенні малих підприємств у будь-якій місцевості у післявоєнний період необхідно використовувати обережний і структурований підхід, заснований на технологічних інноваціях і методології. Створюючи підприємство, керівник іноді має бути і маркетологом, і бухгалтером, і дизайнером, і топ-менеджером, і фахівцем у

багатьох інших галузях економіки [53]. А особливо такий підхід буде результативним в післявоєнний період, коли бажаючих створити власний малий бізнес буде багато. Теми, які могли б підійти підприємцям-початківцям, повинні бути присвячені основам менеджменту, управлінню персоналом, маркетингу, бухгалтерському обліку, корпоративним фінансам, основам комп'ютерного проектування, залучення інвестицій, ділової етикет, ділова англійська. Таким чином, необхідно розвивати висококонкурентоспроможного професіонала, який зможе відкрити власне мале підприємство і бути конкурентоспроможним навіть у післявоєнний період.

Висновки

Малі підприємства у громадах можуть стати важелями післявоєнного відновлення української економіки. Навіть зараз, у воєнний час, в Україні відкриваються малі підприємства. Так, з серпня 2022 року по березень 2023 року кількість малих підприємств зросла зі 132 тисяч до 202 тисяч. Станом на I півріччя 2023 українці відкрили 134 тисячі нових малих підприємств, що становило 70% від кількості відкритих фопів за весь 2022 рік.

Для розвитку малого бізнесу територіальних громадах в післявоєнний період ми пропонуємо використати такі ідеї: взаємозв'язок малого бізнесу з електронним урядуванням у покращенні їхніх послуг; використання штучного інтелекту для збору та аналізу даних про клієнтів, що дозволить малому бізнесу приймати обґрунтовані рішення щодо цільової аудиторії та її вподобань; створення хабу для фізичних осіб-підприємців, де вони зможуть обмінюватися своїми ідеями, а також створення подібних хабів на базі університетів; на базі Консультаційно-навчального центру підприємництва та інноваційної діяльності «Політех-Консалт» створити курси для фізичних осіб-підприємців-початківців територіальних громад, де навчатимуть аспектам ведення бізнесу, управління персоналом, фінансової грамотності, залучення інвестицій, ділової етикету, ділова англійська, бухгалтерія.

Подяка: Цей проект був здійснений завдяки програмі грантів для партнерства між Великою Британією та Україною у сфері наукових досліджень і розвитку, що фінансується Research England за підтримки Universities UK International та UK Research and Innovation.

Abstract

The Russian Federation's military invasion on 24 February 2022 to Ukraine has drastically changed the life of society. All the areas of our country's livelihood have suffered because of the invasion. Especially it has touched small businesses in territorial communities as a part of the country's economy. Some individual entrepreneurs had to close their businesses because they were not economically feasible. Other individual entrepreneurs had to relocate their businesses to safer territorial communities or even abroad. But we can also observe a good tendency of opening new businesses in wartime. According to Odendabot service, more than a thousand small businesses were opened a day as of 30 March 2022.

As of June 2023, more than 336 thousand small businesses were opened during the wartime. The largest number of small businesses were opened Kyiv, the Kyiv region, the Odesa region, the Lviv region, the Kharkiv region, the Dnipropetrovsk region, the Poltava region, and the least number of small businesses were opened in

the Trascarpathian region, the Volyn region, the Ternopil region, the Luhansk region, the Zaporizhzhia region, the Kherson region and the Donetsk region, and also Crimea and Sebastopol.

Nowadays small businesses are open in the following areas: retail trade, computer programming, individual services provision, wholesale, catering, transport, information services provision, education, wholesale and retail trade of automobiles.

The aim of this paper is to give recommendations and ideas for small businesses development in Ukrainian territorial communities in the post-war period. In order to reach the research goal the following objectives are used: to analyze scientific literature on the research topic, to make secondary data analysis from the open internet resources, and to give ideas for Ukrainian small businesses development in territorial communities in the post-war period.

Thus, the following ideas can be used for Ukraine's small businesses development in the post-war period: the interconnection of small businesses with e-government in improving their services; the artificial intelligence application to gather, and analyze customer data, which will allow small businesses to make informed decisions about their target audience and their preferences; creating hubs in territorial communities for individual entrepreneurs where they can exchange their ideas; on the basis of Politech Consult CTC to create courses for aspiring individual entrepreneurs from territorial communities where they will be taught the aspects of business management, HR management, Business English, financial literacy, investment attraction.

Список літератури:

1. Opendatabot. Майже 150 тисяч сміливих бізнесів відкрилося з моменту вторгнення РФ – Оpendatabot [Електронний ресурс] / Opendatabot // Оpendatabot. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/analytics/brave-business-in-war>.
2. Opendatabot. Бізнес у війну: 202 тисячі фопів за рік – Оpendatabot [Електронний ресурс] / Opendatabot // Оpendatabot. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/analytics/fops-per-waryear>.
3. Opendatabot. Українці у червні відкрили рекордну кількість фопів за останні три роки – Оpendatabot [Електронний ресурс] / Opendatabot // Оpendatabot. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/analytics/fop-record-2023>.
4. Мазур Г.О. Малі підприємства як об'єкти управління / Г.О. Мазур, А.О. Руденко // III міжнародна науково-практична конференція «Пріоритети сучасної науки». Київ. – 2019. – с. 35-37.
5. Filyrrova S.V. Reputational Component of the Organizational Development Management System of Socially Oriented Business Enterprises / S.V. Filyrrova, R.V. Levkina, Ya.M. Kotko // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2022. – № 4 (22). – С. 42-51. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/ejoru/2022/No4/42.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.04.2022.5. DOI: 10.5281/zenodo.7675785.
6. Писаренко С. Особливості управління малим підприємством [Електронний ресурс] / С. Писаренко, М. Грицаєнко // Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору: II Міжнар. науково-практ. конф. (заочна форма), Полтава. – Полтава, 2019. – С. 457-459. – Режим доступу: bit.ly/45T9Itv.
7. Шацька З.Я. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / З.Я. Шацька, Я.І. Горбачов // Причорноморські економічні студії. – 2021. – № 70. DOI: 10.32843/bses.70-15.
8. Сидорук І.С. Аналіз стану та проблеми розвитку малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / І.С. Сидорук // Підприємництво та інновації. – 2021. – № 18. – С. 67-72. DOI: 10.37320/2415-3583/18.12.
9. Atiushkina V.V. Managing the enterprise competitive potential on the basis of a marketing complex [Електронний ресурс] / V.V. Atiushkina // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2018. – № 1 (35). – С. 13-18. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No1/13.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.1303044.
10. Бутенко А.І. Оцінка розвитку малого підприємництва м. Іллічівськ для забезпечення сталого розвитку міста [Електронний ресурс] / А.І. Бутенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 1 (6). – С. 6-10. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2013/No1/6-10.pdf>.
11. Продіус Ю.І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах ЗЕД (на прикладі ТОВ «СЕДНА С») [Електронний ресурс] / Ю.І. Продіус, О.О. Рожок // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 1 (6). – С. 112-116. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2013/No1/112-116.pdf>.
12. Чернишова Л.І. Моделювання ключових важелів розвитку кадрового потенціалу підприємства / Л.І. Чернишова // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2018. – № 2 (4).

- С. 92-99. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejorpu/2018/No2/92.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.1434149.
13. Назаркевич І.Б. Інтегральна оцінка діяльності малих підприємств України в умовах структурної трансформації вітчизняної економіки / І.Б. Назаркевич, О.Б. Назаркевич // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2020. – № 1 (11). – С. 40-47. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejorpu/2020/No1/40.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2020.5. DOI: 10.5281/zenodo.3975504.
14. Антощук В.М. Структура системи інформаційного забезпечення діяльності малих бізнес структур / В.М. Антощук // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2020. – № 2 (12). – С. 140-145. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejorpu/2020/No2/140.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.02.2020.18. DOI: 10.5281/zenodo.4668719.
15. Пар'єва Н.О. Проблематика формування інноваційно-інвестиційного потенціалу проєктного бізнес-партнерства для малих бізнес-структур / Н.О. Пар'єва // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2020. – № 4 (14). – С. 115-119. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejorpu/2020/No4/115.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.04.2020.14. DOI: 10.5281/zenodo.4697377.
16. Сороківська О.А. Інноваційні напрями підвищення економічної безпеки підприємств малого бізнесу в умовах конфліктних ситуацій: дис. докт. ек. наук: 08.00.04 / Сороківська Олена Анатоліївна; ТНТУ ім. І. Пулюя. – Тернопіль, 2016. – 489 с.
17. Гнатенко І.А. Концептуальні підходи до управління малими підприємствами з урахуванням критеріїв економічної безпеки та життєвого циклу підприємства [Електронний ресурс] / Ірина Анатоліївна Гнатенко // Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design. Series: Economic sciences. – 2019. – Т. 123, № 3. – С. 47-56. DOI: 10.30857/2413-0117.2018.3.4.
18. Smokvina G.A. Personnel security of the industrial enterprise: essence, components and measures of threats minimization / G.A. Smokvina, O.A. Yankovska // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 1 (7). – С. 38-45. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejorpu/2019/No1/38.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3402729.
19. Бондарчук Н. Фінансово-економічна безпека як запорука розвитку малого підприємства [Електронний ресурс] / Н. Бондарчук, А. Педько // Молодий вчений. – 2018. – Т. 10, № 62. – С. 296-299. – Режим доступу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3764/3722>.
20. Продіус О. Інклюзивні інновації в контексті соціальної відповідальності підприємства [Електронний ресурс] / О. Продіус // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2017. – Ч. 2, № 14. – С. 84-87. – Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/14_2_2017ua/19.pdf.
21. Methodology for assessment of inclusive social responsibility of the energy industry enterprises [Електронний ресурс] / Marek Dudek [та ін.] // Journal of Cleaner Production. – 2023. – С. 136-317. DOI: 10.1016/j.jclepro.2023.136317.
22. Грицаєнко М. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] / М. Грицаєнко // Економіка АПК. – 2021. – Т. 319, № 5. – С. 17-29. DOI: 10.32317/2221-1055.202105017.
23. Sokolovska Z.M. E-marketing tools in shaping operation strategy for trade enterprises / Z.M. Sokolovska, N.V. Yatsenko, M.M. Fedorova // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2018. – № 4 (6). – С. 70-79. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejorpu/2018/No4/70.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.2579000.
24. Темченко Г.В. Макретингова діяльність як засіб підвищення конкурентноспроможності малих підприємств [Електронний ресурс] / Г.В. Темченко, О.М. Бондарчук, К.О. Астаф'єва // Інфраструктура ринку. – 2021. – № 52. DOI: 10.32843/infrastructure52-20.
25. Павлішина Н. Маркетингова стратегія на підприємствах малого бізнесу [Електронний ресурс] / Н. Павлішина, В. Рязанцева // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки». – 2022. – Т. 302, № 1. – С. 185-188. DOI: 10.31891/2307-5740-2022-302-1-31.
26. Вашків О. Інтернет-маркетинг – новий напрям маркетингової політики малих підприємств та фізичних осіб підприємців [Електронний ресурс] / О. Вашків, Ю. Гавриленко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». – 2019. – № 37. – С. 27-33. – Режим доступу: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2019/37-2019/6.pdf>.
27. Крамаренко А. Сучасні тенденції в просторі цифрового маркетингу для малих підприємств [Електронний ресурс] / Аліса Крамаренко, Марія Вишнеvsька // Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 3 листоп. 2022 р., м. Київ / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана; [редкол.: О.І. Олексюк (відп. за вип.) та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ: КНЕУ, 2022. – С. 8-10.
28. Donets L.Ya. Improvement of the advertising management system of enterprises in the conditions of globalization / L.Ya. Donets, O.V. Nikoliuk, R.R. Znachek // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2020. – № 4 (14). – С. 65-69. – Режим доступу до журн.:

- <https://economics.opu.ua/ejoru/2020/No4/65.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.04.2020.8. DOI: 10.5281/zenodo.4475423.
29. Марченко В.М. Сучасні тенденції розвитку малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / В.М. Марченко, Д.В. Харитоненко // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2021. – № 19. DOI: 10.20535/2307-5651.19.2021.225854.
 30. Сімків Л. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні в умовах диспропорційності економічного зростання [Електронний ресурс] / Л. Сімків, С. Побігун // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Т. 3. – С. 560-564. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/116.pdf>.
 31. Безус А.М. Розвиток підприємств малого бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / А.М. Безус, К. Шафранова // ВІСНИК КНУТД. Проблеми розвитку економіки. – 2016. – Т. 3, № 99. – С. 7-15. – Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2101/1/V99_P007-017.pdf.
 32. Abu-Shanab E.A. E-Government as a Tool for Improving Entrepreneurship [Електронний ресурс] / Emad Ahmed Abu-Shanab, Mohamad Osmani // International Journal of Electronic Government Research. – 2019. – Vol. 15, no. 1. – P. 36-46. DOI: 10.4018/ijegr.2019010103.
 33. Soga B. The use of e-government services by small businesses in municipalities [Електронний ресурс] / Babalwa Soga, Shikha Vyas-Doorgapersad // EUREKA: Social and Humanities. – 2022. – No. 6. – P. 92-104. DOI: 10.21303/2504-5571.2022.002576.
 34. Viana Thompson D. The business value of e-government for small firms [Електронний ресурс] / Debora Viana Thompson, Roland T. Rust, Jeffrey Rhoda // International Journal of Service Industry Management. – 2005. – Vol. 16, no. 4. – P. 385-407. DOI: 10.1108/09564230510614022.
 35. Wild P. The Importance of Global Business Hubs on Internationalizing SMEs: an empirical analysis of psychic and geographic distance. [Електронний ресурс] / Pascal Wild // Technology Innovation Management Review. – 2020. – Vol. 10, no. 4. – P. 35-47. DOI: 10.22215/timreview/1345.
 36. Enterprise hubs as a mechanism for local economic development in rural areas [Електронний ресурс] / I. Merell [та ін.] // Journal of Rural Studies. – 2022. – Т. 93. – С. 81-91. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2022.05.016.
 37. A Comparison of Artificial Intelligence and Robotics Effects on Business Management and Economics [Електронний ресурс] / P. Budania [та ін.] // World Journal of Management and Economics. – 2022. – С. 112-120. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/366250735_A_COMPARISON_OF_ARTIFICIAL_INTELLIGENCE_AND_ROBOTICS_EFFECTS_ON_BUSINESS_MANAGEMENT_AND_ECONOMICS.
 38. Sira M. Artificial Intelligence and Its Application in Business Management [Електронний ресурс] / Mariya SIRA // Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series. – 2022. – Т. 2022, № 165. – С. 307-346. DOI: 10.29119/1641-3466.2022.165.23.
 39. Sharma P. Artificial Intelligence, Machine Learning and Data Science as Iterations of Business Automation for Small Businesses [Електронний ресурс] / P. Sharma // Management of Data in AI Age. – 2020. – С. 87-94. DOI: 10.46679/isbn978819484834904.
 40. Sharma S. Implementing Automation and AI in Small Businesses [Електронний ресурс] / Satish Sharma // AI for Small Business Leveraging Automation to Stay Ahead. – [Б. м.], 2023. – С. 28-56. – DOI: 10.46679/978819573223403.
 41. Artificial Intelligence Tool Penetration in Business: Adoption, Challenges and Fears [Електронний ресурс] / Stephan Schlögl [та ін.] // Communications in Computer and Information Science. – Cham, 2019. – С. 259-270. DOI: 10.1007/978-3-030-21451-7_22.
 42. Буркинський Б.В. Роль малого бізнесу в реформуванні економіки регіону / Б.В. Буркинський // Економічні інновації. – № 59. – 2015. – С. 6-15.
 43. Фактори впливу на розвиток сільського зеленого туризму як малого підприємництва в Україні / І.П. Купріянич, А.Й. Дорош, В.А. Салюта // Економіка природокористування і сталий розвиток. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2019. – № 6 (25). – С. 100-106.
 44. Ковбаса О. Мале Підприємництво в розвитку територіальних громад. / О. Ковбаса // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку науки, освіти та суспільства», Полтава, 22 черв. 2022 р. – Центр фінансо-економічних наукових досліджень, 2022. – С. 43. 22 червня 2022 року в м. Полтава. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://onmedu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/Informacijnij-buklet-nauki.pdf>.
 45. Ільченко Т. Роль аграрного підприємництва в розвитку територіальних громад [Електронний ресурс] / Тетяна Ільченко, Ірина Застрожнікова // Економіка та суспільство. – 2022. – № 37. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: bit.ly/3KZjnXm. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-37-21.
 46. Корінець Р.Я. Оцінка перспектив підтримки підприємництва територіальними громадами [Електронний ресурс] / Р.Я. Корінець, Г.Л. Перерва // Економіка АПК. – 2020. № 11. – С. 99-107. DOI: 10.32317/2221-1055.202011099.
 47. Bureau for Economic Research. The Small, Medium and Micro Enterprises Sector OF South Africa. Commissioned by The Small Enterprise Development Agency Research [Електронний ресурс] /

- Bureau for Economic Research. – [Б. м.]: SEDA, 2016. – 35 с. – Режим доступу: <https://www.bbrief.co.za/content/uploads/2020/06/The-Small-Medium-and-Micro-Enterprise-Sector-of-South-Africa-Commissioned-by-Seda.pdf>.
48. Офіс з розвитку підприємництва та експорту [Електронний ресурс] // Дія.Бізнес – Головна сторінка. – Режим доступу: <https://business.diiia.gov.ua/en/eero>.
 49. Національний проєкт Дія.Бізнес [Електронний ресурс] // Дія.Бізнес – Головна сторінка. – Режим доступу: <https://business.diiia.gov.ua/about-project>.
 50. Центри підтримки підприємців Дія.Бізнес [Електронний ресурс] // Дія.Бізнес – Головна сторінка. – Режим доступу: <https://business.diiia.gov.ua/hubs>.
 51. Про E-Ukraine [Електронний ресурс] // Головна | E-Україна E-Ukraine – INNOVATION PLATFORM FOR REFORMS. – Режим доступу: <https://eukraine.org.ua/ua/pro-nas>.
 52. The Power of Instagram's Algorithm in Boosting the Visibility of Startups & Small Businesses [Електронний ресурс] / Dr. Sana Saima [та ін.] // International Journal of Engineering and Management Research. – 2023. – Т. 13, № 2. – С. 59-63. DOI: 10.31033/ijemr.13.2.9.
 53. Shrilekha J., and Kamila Sharmin, I., Strategies of social media marketing and its impact on small businesses// J.Shrilekha and K. Sharmin.// Journal of Fundamental & Comparative Research . – 2022 – Vol. VIII, No. 1(XVIII), pp. 171-178.
 54. КНЦ «Політех-консалт» – Economic Scientific Portal [Електронний ресурс] // Economic Scientific Portal. – Режим доступу: <https://economics.net.ua/knc>.

References:

1. Opendatabot. (2022). Almost 150,000 brave businesses have opened since the invasion of the Russian Federation. Opendatabot. Retrieved from: <https://opendatabot.ua/analytics/brave-business-in-war> [in Ukrainian].
2. Opendatabot. (2023). Business During the War: 202 Thousand Small Businesses per Year. Retrieved from: <https://opendatabot.ua/analytics/fops-per-waryear> [in Ukrainian].
3. Opendatabot. (2023). In June, Ukrainians opened a record number of small businesses in the last three years. Retrieved from: <https://opendatabot.ua/analytics/fop-record-2023> [in Ukrainian].
4. Mazur, H., & Rudenko, A. (2019). Small Enterprises as Management Objects. Priorities of Modern Science (part I): Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference, Kyiv, 35-37 [in Ukrainian].
5. Filyppova S., Levkina R., & Kotko, Ya. (2022). Reputational Component of the Organizational Development Management System of Socially Oriented Business Enterprises. Economic journal Odessa polytechnic university, 4 (22), pp. 42-51. Retrieved from: <https://economics.net.ua/ejopu/2022/No4/42.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.04.2022.5. DOI: 10.5281/zenodo.7675785 [in English].
6. Pysarenko, S., & Hrytsaienko, M. (2019). Peculiarities of Small Business Management. Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference (external form) "Formation and Prospects for the Entrepreneurial Structures Development within the Framework of Integration into the European Space, Poltava, Ukraine. Retrieved from: bit.ly/45T9Itv [in Ukrainian].
7. Shatska, Z., & Gorbachov, Y. (2021). Problems and Prospects of Entrepreneurship Development in Ukraine. Black Sea Economic Studies, (70). DOI: 10.32843/bses.70-15 [in Ukrainian].
8. Sydoruk, I.S. (2021). Analysis of the Status and Development of Small Business in Ukraine. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, 18, 67-72. DOI: 10.37320/2415-3583/18.12 [in Ukrainian].
9. Atiushkina, V.V. (2018). Managing the enterprise competitive potential on the basis of a marketing complex. *Economics; time realities. Scientific journal*, 1 (35). Pp. 13-18. Retrieved from: <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No1/13.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.1303044 [in Ukrainian].
10. Butenko, A. (2013) Evaluation of small business in Illichivsk city for providing its sustainable development. *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal*, 1 (6), pp. 6-10. Retrieved from: <https://economics.net.ua/files/archive/2013/No1/6-10.pdf> [in Ukrainian].
11. Prodius, Yu., & Rozhok, O. (2013). Ways to increase the competitiveness of production of enterprise in foreign trade (for example, LTD. "SEDNA C"). *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal*, 1 (6), 112-116. Retrieved from: <https://economics.net.ua/files/archive/2013/No1/112-116.pdf> [in Ukrainian].
12. Chernyshova, L. (2018). Modelling of the key levers of development personnel potential of the enterprise, *Economic journal Odessa Polytechnic university*, 2 (4), pp. 92-99. Retrieved from: <https://economics.opu.ua/ejopu/2018/No2/92.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.1434149 [in Ukrainian].
13. Nazarkevych, I., & Nazarkevych, O. (2020). Integral evaluation of the activity of small enterprises of Ukraine in the conditions of structural transformation of the national economy. *Economic journal*

- Odessa polytechnic university, 2020, 1 (11), pp 40-47. Retrieved from: <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No1/40.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2020.5. DOI: 10.5281/zenodo.3975504 [in Ukrainian].
14. Antoshchuk, V. (2020). Structure of the system of information support for small business structures. *Economic journal Odessa polytechnic university*, 2 (12), pp. 140-145. Retrieved from: <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No2/140.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.02.2020.18. DOI: 10.5281/zenodo.4668719 [in Ukrainian].
 15. Pareva, N. (2020). Problems of formation of innovation and investment potential of project business partnership for small business structures, *Economic journal Odessa polytechnic university*, 4 (14), pp. 115-119. Retrieved from: <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No4/115.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.04.2020.14. DOI: 10.5281/zenodo.4697377 [in Ukrainian].
 16. Sorokivska, O. (2016). Innovative ways of increasing the economic security of small business enterprises in conflict situations. Doctor's thesis. Ivan Pulyu Ternopil National Technical University. Ternopil [in Ukrainian].
 17. Gnatenko, I. (2018). Conceptual approaches to the management of small enterprises in terms of the criteria of economic security and an enterprise life cycle. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Seriiia Ekonomichni nauky*, 3 (123), pp. 48-56 DOI: 10.30857/2413-0117.2018.3.4 [in Ukrainian].
 18. Smokvina, G., & Yankovska, O. (2019). Personnel security of the industrial enterprise: essence, components and measures of threats minimization, *Economic journal Odessa polytechnic university*, 1(7), pp. 38-45. Retrieved from: <https://economics.opu.ua/ejopu/2019/No1/38.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3402729 [in English].
 19. Bondarchuk, N., & Pedko, A. (2018). Financial and economic security as a guarantee for the development of a small enterprise. *Molodyi vchenyi*, 10 (62), pp. 296-299. Retrieved from: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3764/3722> [in Ukrainian].
 20. Prodius, O. (2017). Inclusive Innovations in the Context of the Social Responsibility of the Enterprise. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu: seriia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, 14 (Part 2), 84-88. Retrieved from: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/14_2_2017ua/19.pdf [in Ukrainian].
 21. Dudek, M., Bashynska, I., Filyppova, S., Yermak, S., & Cichoń, D. (2023). Methodology for assessment of inclusive social responsibility of the energy industry enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 136317. DOI: 10.1016/j.jclepro.2023.136317 [in English].
 22. Hrytsaienko, M. (2021). The Role of Social Capital of the Agricultural Enterprise in the Implementation of the Principles of Corporate Social Responsibility]. *Ekonomika APK*, 319 (5), pp. 17-29. DOI: 10.32317/2221-1055.202105017 [in Ukrainian].
 23. Sokolovska, Z., Yatsenko, N., & Fedorova, M (2018). E-marketing tools in shaping operation strategy for trade enterprises, *Economic journal Odessa polytechnic university*, 4 (6), pp. 70-79. Retrieved from <https://economics.opu.ua/ejopu/2018/No4/70.pdf>. DOI:10.5281/zenodo.2579000 [in English].
 24. Temchenko, H., Bondarchuk, O., & Astafieva, K. (2021). Marketing Activity as a Way of Increasing the Competitiveness of Small Enterprises. *Infrastruktura rynku: elektronnyi nauково-praktychnyi zhurnal*, 52, pp. 115-199. Retrieved from: <http://ds.knu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3446>. DOI: 10.32843/infrastruct52-20 [in Ukrainian].
 25. Pavlishyna, N., & Riezantseva, V. (2022). Marketing Strategy in Small Business Enterprises. *Ekonomichni nauky: Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 1, pp. 185-188. DOI: 10.31891/2307-5740-2022-302-1-33 [in Ukrainian].
 26. Vashkiv, O., & Havrylenko Yu. (2019). Internet Marketing – a New Direction of Marketing Policy for Small Businesses and Individual Entrepreneurs. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia: Ekonomika i menedzhment: zbirnyk naukovykh prats*, 37, pp. 27-33. Retrieved from: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2019/37-2019/6.pdf> [in Ukrainian].
 27. Kramarenko, A., & Vyshnevskaya, M. (2022). Current trends in the digital marketing space for small businesses. *Modern technologies of commercial activity and logistics: Proceedings of the II International Scientific and Practical Internet Conference, Kyiv, Ukraine, 3 November* [in Ukrainian].
 28. Donets, L., Nikoliuk, O., & Znachek, R. (2020). Improvement of the advertising management system of enterprises in the conditions of globalization. *Economic journal Odessa polytechnic university*. 4 (14), pp. 65-69. Retrieved from <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No4/65.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.04.2020.8. DOI: 10.5281/zenodo.4475423 [in English].
 29. Marchenko, V.M., & Kharytonenko, D.V., (2021). Current Trends of Small Entrepreneurship Development in Ukraine. *Ekonomichniyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut"*, (19). DOI: 10.20535/2307-5651.19.2021.225854 [in Ukrainian].
 30. Simkiv, L.Ye., & Pobihun, S.A. (2015). Trends in the development of small entrepreneurship in Ukraine in conditions of disproportionality of economic growth. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 3, pp. 560-564. Retrieved from: <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/116.pdf> [in Ukrainian].

31. Bezus, A.M., & Shafranova, K.V. (2016). Small Entrepreneurship Development in Ukraine. *Vistyk KNUDT*, 3(99), pp. 7-15. Retrieved from: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2101/1/V99_P007-017.pdf [in Ukrainian].
32. Abu-Shanab, E.A., & Osmani, M. (2019). E-Government as a Tool for Improving Entrepreneurship. *International Journal of Electronic Government Research*, 15(1), pp. 36-46. DOI: 10.4018/ijegr.2019010103 [in English].
33. Soga, B., & Vyas-Doorgapersad, S. (2022). The use of e-government services by small businesses in municipalities. *EUREKA: Social and Humanities*, (6), pp. 92-104. DOI: 10.21303/2504-5571.2022.002576 [in Ukrainian].
34. Viana Thompson, D., Rust, R.T., & Rhoda, J. (2005a). The business value of e-government for small firms. *International Journal of Service Industry Management*, 16(4), pp. 385-407. DOI: 10.1108/09564230510614022 [in English].
35. Wild, P. (2020). The Importance of Global Business Hubs on Internationalizing SMEs: an empirical analysis of psychic and geographic distance. *Technology Innovation Management Review*, 10 (4), pp. 35-47. DOI: 10.22215/timreview/1345 [in English].
36. Merrell, I., Phillipson, J., Gorton, M., & Cowie, P. (2022). Enterprise hubs as a mechanism for local economic development in rural areas. *Journal of Rural Studies*, 93, pp. 81-91. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2022.05.016 [in English].
37. Budania, P., Garvita G., Lodha, G., Bhadauriya, D.S., Sing, D.B., & Rao, E., (2022). A Comparison of Artificial Intelligence and Robotics Effects on Business Management and Economics. *World Journal of Management and Economics*, 112-120. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/366250735_A_COMPARISON_OF_ARTIFICIAL_INTELLIGENCE_AND_ROBOTICS_EFFECTS_ON_BUSINESS_MANAGEMENT_AND_ECONOMICS [in English].
38. Sira, M. (2022). Artificial Intelligence and Its Application in Business Management. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, 2022(165), pp. 307-346. DOI: 10.29119/1641-3466.2022.165.23 [in English].
39. Sharma, P. (2020). Artificial Intelligence, Machine Learning and Data Science as Iterations of Business Automation for Small Businesses. *Management of Data in AI Age*, 87-94. DOI: 10.46679/isbn978819484834904 [in English].
40. Sharma, S. (2023). Implementing Automation and AI in Small Businesses. In *AI for Small Business: Leveraging Automation to Stay Ahead* (pp 28-56). CSMFL Publications DOI: 10.46679/978819573223403 [in English].
41. Schlögl, S., Postulka, C., Bernsteiner, R., & Ploder, C. (2019). Artificial Intelligence Tool Penetration in Business: Adoption, Challenges and Fears (L. Uden, I-Hsien. Ting, & J. M. Corchado, Eds.). Springer Link; Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-030-21451-722 [in English].
42. Burkinskiy, B.V. (2015). The role of small businesses in reforming the regional economy. *Ekonomichni innovatsii*, vol. 59, pp. 6-15 [in Ukrainian].
43. Kuprianchik, I., Dorosh, A., & Saliuta, V. (2019). Factors of Impact on Rural Green Tourism Development ad a Small Entrepreneurship in Ukraine. *Environmental Economics and Sustainable Development*, 6 (25), 100-106 [in Ukrainian].
44. Kovbasa, O. (2021). Small Business in the Territorial Communities Development. In *Strateging Priorities Development of Science, Education and Society* (p. 43). Centre for Financial-Economic Research. Retrieved from: <https://onmedu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/Informacijnij-buklet-nauki.pdf> [in Ukrainian].
45. Ilchenko, T., & Zastezhnikova, I. (2022). The Role of Agrarian Entrepreneurship in the Territorial Communities Development. *Ekonomika ta suspilstvo*, (37). Retrieved from: bit.ly/3KZjnXm. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-37-21 [in Ukrainian].
46. Korinets, R., & Pererva, H. (2020). Assessment of prospects for entrepreneurship support by territorial communities. *Ekonomika APK*, 313 (11), 99-107. DOI: 10.32317/2221-1055.202011099 [in Ukrainian].
47. Bureau for Economic Research (2016). The Small, Medium and Micri Enterprises Sector OF South Africa. Commissioned by The Small Enterprise Development Agency Research. Retrieved from: <https://www.bbrief.co.za/content/uploads/2020/06/The-Small-Medium-and-Micro-Enterprise-Sector-of-South-Africa-Commissioned-by-Seda.pdf> [in English].
48. Entrepreneurs and Export Promotion Office. Diia. Business. Main page. Retrieved from: <https://business.diia.gov.ua/en/eepo> [in Ukrainian].
49. About the National Project Diia. Business. Retrieved from: <https://business.diia.gov.ua/about-project> [in Ukrainian].
50. Diia. Business Entrepreneur Support Centres. Business Retrieved from: <https://business.diia.gov.ua/hubs> [in Ukrainian].
51. Portal of Ukraine's Digital Transformation. Retrieved from: <https://eukraine.org.ua/ua/pro-nas> [in Ukrainian].

52. Dr. Sana Saima, Dr. Sachin Parappagoudar, Ananya Hariharan, Vishesh S Setty, Aditya Ashok Jain, Aanchal Jain, Aditya P Jain, Aman R Jain and Darshan Banka (2023). "The Power of Instagram's Algorithm in Boosting the Visibility of Startups & Small Businesses", International Journal of Engineering and Management Research, 13(2), pp. 59-63. DOI: 10.31033/ijemr.13.2.9 [in English].
53. Shrilekha, J., & Kamila Sharmin, I. (2022). Strategies of social media marketing and its impact on small businesses. Journal of Fundamental & Comparative Research, Vol. VIII, No. 1(XVIII), pp. 171-178 [in English].
54. KNTs "Politekh-konsalt" – Economic scientific portal. ECONOMIC SCIENTIFIC PORTAL. Retrieved from: <https://economics.net.ua/knc> [in English].

Посилання на статтю:

Балан О.С. Розвиток малого підприємництва в територіальних громадах України в післявоєнний період / О.С. Балан, М.Є. Шепель, М. Гаррі // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2023. – № 5 (69). – С. 19-32. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No5/19.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.05.2023.2. DOI: 10.5281/zenodo.10091700.

Reference a Journal Article:

Balan O.S. Small Businesses Development in Ukraine's Territorial Communities in the Post-War Period / O.S. Balan, M.Ye. Shepel, M. Garri // Economics: time realities. Scientific journal. – 2023. – № 5 (69). – P. 19-32. – Retrieved from <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No5/19.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.05.2023.2. DOI: 10.5281/zenodo.10091700.

