

# Цифровая трансформация малого бизнеса в Соединенных Штатах Америки в условиях пандемии COVID-19

**Петровская Наталья Евгеньевна**

Канд. экон. наук, доц. Департамента мировой экономики  
ORCID: 0000-0002-5954-0656, e-mail: vitern@mail.ru

**Киселева Софья Сергеевна**

Студент  
ORCID: 0009-0006-7580-1189, e-mail: kiseleva.sofi@gmail.com

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва, Россия

## Аннотация

Целью настоящего исследования является изучение процесса цифровой трансформации малого бизнеса в Соединенных Штатах Америки (далее – США) в условиях пандемии COVID-19. Предметом исследования является влияние пандемии на цифровизацию малого бизнеса в США. Коронавирус оказал огромное влияние на сферу малого бизнеса, повлиял на распределение предприятий по отраслям, на их соотношение по числу занятых, на социально-демографические характеристики владельцев малого бизнеса, ускорил диджитализацию с целью адаптации к новым условиям и преодоления экономического кризиса. Выдвинута гипотеза о том, что пандемия коронавируса оказала большее влияние на рынок услуг, чем на рынок товаров. Авторы исследуют, какие изменения произошли в сфере малого бизнеса в результате пандемии и какие цифровые технологии были применены для адаптации к новым условиям. Пандемия COVID-19 послужила толчком к уже начавшейся ранее цифровизации, усилив диджитал-трансформацию в секторе малого бизнеса в среднем с 30 до 55 %. По мнению 86 % владельцев малого бизнеса в США, именно использование технологий помогло им пережить пандемию. В результате исследования авторы пришли к выводу, что производственные компании стали использовать цифровые платформы чаще, чем бизнесы, связанные с предоставлением своих услуг. Следовательно, выдвинутая гипотеза не подтвердилась. Пандемия COVID-19 серьезно повлияла на малый бизнес во всем мире. Американский опыт может помочь понять, какие стратегии и технологии использовались для адаптации к новым условиям и сохранения бизнеса.

## Ключевые слова

Малый бизнес, США, цифровизация, пандемия, государственная поддержка, закон «Об американском плане спасения», занятость

**Для цитирования:** Петровская Н.Е., Киселева С.С. Цифровая трансформация малого бизнеса в Соединенных Штатах Америки в условиях пандемии COVID-19 // Вестник университета. 2024. № 2. С. 23–30.



# Small business digital transformation in the USA in the conditions of COVID-19 pandemic

**Natalia E. Petrovskaya**

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the World Economy Department  
ORCID: 0000-0002-5954-0656, e-mail: vitern@mail.ru

**Sofia S. Kiseleva**

Student  
ORCID: 0009-0006-7580-1189, e-mail: kiseleva.sofi@gmail.com

National Research University "Higher School of Economics", Moscow, Russia

## Abstract

The purpose of the study is to examine small businesses digital transformation in the US in the context of the COVID-19 pandemic. The subject of the study is the pandemic impact on small businesses digitalization in the US. The coronavirus had a huge impact on the small business sphere, influenced the distribution of these businesses by industry, their employment ratio, the socio-demographic characteristics of small business owners, and accelerated digitalization in order to adapt to new conditions and overcome the economic crisis. It was hypothesized that the coronavirus pandemic had a greater impact on the services market than on the goods market. The authors investigate what changes occurred in small businesses as the pandemic result and what digital technologies were applied to adapt to the new conditions. The COVID-19 pandemic triggered the digitalization that had already begun earlier, increasing digital transformation in the small business sector from an average of 30 to 55 %. According to 86 % of U.S. small business owners, it was the use of technology that helped them survive the pandemic. As the study result, the authors concluded that manufacturing companies have started using digital platforms more frequently than businesses related to their services. Hence, the hypothesis put forward is not confirmed. The COVID-19 pandemic has severely impacted small businesses around the world. The American experience can help to understand what strategies and technologies were used to adapt to the new environment and retain business.

## Keywords

Small business, USA, digitalization, pandemic, government support, The American Rescue Plan Act of 2021, employment

**For citation:** Petrovskaya N.E., Kiseleva S.S. (2024) Small business digital transformation in the USA in the conditions of COVID-19 pandemic. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 23–30.

## ВВЕДЕНИЕ

В 2020 г. в мире началась пандемия COVID-19, которая значительно сказалась на всех сферах американской экономики и послужила толчком для развития цифровизации в бизнесе. Научная проблема, которой посвящена статья, связана с необходимостью изучения эффектов и последствий пандемии на малый бизнес и роли цифровой трансформации в его выживаемости и развитии. Важно также понимать степень влияния пандемии COVID-19 на конкретные рынки. В настоящем исследовании выдвигается гипотеза о том, что пандемия коронавируса оказала большее влияние на рынок услуг, чем на рынок товаров.

Хотя тема цифровой трансформации является широко обсуждаемой, еще не проведено достаточное количество исследований о степени влияния диджитализации на отдельные сектора экономики. Таким образом, настоящее исследование вносит вклад в приращение знаний по данному вопросу.

В статье использованы системный подход, а также экономико-статистический, логический методы и метод сравнительного анализа. Исследование американского опыта базируется на информационно-статистических материалах, анализе теоретико-методологических исследований первоисточников.

Под малым бизнесом в Соединенных Штатах Америки (далее – США) принято считать независимые фирмы, количество работников в которых не превышает 500 чел. Созданная эффективная модель финансово-кредитной поддержки способствовала «бурному росту малого предпринимательства, сделав его основой национальной экономики» [1, с. 20].

По данным 2023 г., в сфере малого бизнеса США сосредоточено 99,9 % всех американских работодателей, которые создают более 40 % американского валового внутреннего продукта. Малый бизнес способствует ускорению темпов экономического роста и, по данным Администрации малого бизнеса США (Small Business Administration, SBA), создает около двух третьих новых рабочих мест. [2]. Малый бизнес в США – это образ жизни и самореализация стремления иметь свое дело [3].

Малый бизнес в США принято делить на три типа:

- 1) первичный сектор – ресурсодобывающая промышленность;
- 2) вторичный сектор – сфера производства товаров;
- 3) третичный сектор – сфера услуг.

В настоящем исследовании будут рассмотрены последние два сектора, поскольку именно в них преобладает малый бизнес.

Под бизнесом в сфере производства товаров понимается тип компаний, которые создают физические продукты (например, текстильная промышленность, производство и упаковка продуктов питания, производство техники и т.д.). По данным Администрации малого бизнеса США, 99 % производства приходится именно на малые компании.

Сфера услуг занимает лидирующую долю в американском бизнесе, производя 77,6 % валового внутреннего продукта США. В нее включены такие виды бизнеса, как образование, консультирование, рестораны, гостиничные, туристические и транспортные услуги и другие нематериальные продукты.

## АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Малый бизнес является наиболее восприимчивым к происходящим экономическим, политическим и социальным изменениям в мире, уступая крупному бизнесу, в том числе транснациональным корпорациям. По результатам исследования авторов статьи «Влияние COVID-19 на результаты и ожидания малого бизнеса» (“The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations”), проведенном в первые три месяца после начала пандемии, примерно 25 % малых предприятий хватало собственного капитала на продолжение своей деятельности менее одного месяца и около половины компаний могли продержаться от одного до двух месяцев [4]. Владельцы компаний по опросу «Фейсбука» приводили различные причины закрытия своих компаний: ограничения, введенные государством с целью борьбы с COVID-19; нарушения цепочек поставок; инфляция; падение спроса на продукт и снижение лояльности потребителей.

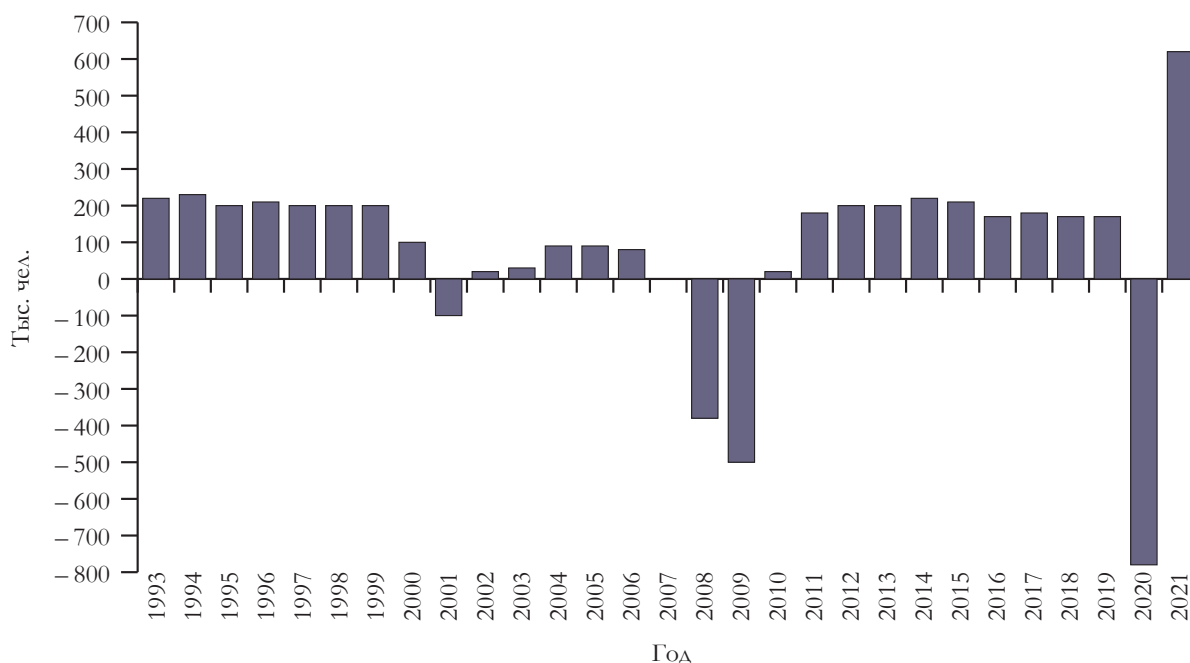
С целью поддержки малого бизнеса спустя практически два года после начала пандемии правительством США был подписан закон «Об американском плане спасения» (American Rescue Plan Act of 2021), в результате которого «в 2021 г. в США было открыто 5,4 млн новых бизнесов, что стало на 20 % выше, чем в предыдущие несколько лет». Открытие новых предприятий привело к созданию 1,9 млн рабочих мест к началу 2021 г. В 2022 г. эта цифра продолжила увеличиваться. Правительство США выделило

более 50 млрд долл. США финансовой поддержки населению, из которых 4,4 млрд приходились на помощь малому бизнесу, 15,9 млрд – на жилищные цели, 10,9 млрд – на поддержание рабочей силы. Также было запущено более 1,1 тыс. проектов в рамках программы поддержки малого бизнеса по всей территории США, многие из которых были связаны с финансовой поддержкой, включая инвестиции в технологическое оснащение предприятий, а также различные меры в сфере здравоохранения.

Среди государственных инициатив для помощи малым предприятиям можно выделить следующее:

- 1) инвестиции в размере 10 млрд долл. США на обеспечение семей и предприятий высокоскоростным интернетом;
- 2) выделение финансирования, направленного на помощь малым предприятиям в получении займов или венчурного капитала для поддержки своей экономической деятельности и стимулирования роста компании;
- 3) создание образовательных программ для обучения работников взаимодействию с новыми технологиями и искусственным интеллектом;
- 4) предоставление кредита на инновационные нужды компаний для повышения эффективности производства, такие как покупка машин, нового оборудования и программного обеспечения;
- 5) выделение 2,5 млрд долл. США на поддержку бизнесов, управляемых темнокожими, женщинами и людьми, проживающими в сельских или племенных общинах;
- 6) предоставление финансирования в размере 300 млн долл. США на техническое развитие (например, вложение денег в акселераторы и инкубаторы для обучения предпринимателей);
- 7) выделение денежного финансирования малому бизнесу с низким или умеренным доходом, а также заемщикам, которые наиболее сильно пострадали от начала экономического кризиса из-за пандемии COVID-19.

Исследование «Как COVID меняет географию предпринимательства? Доказательства стартап-картографического проекта» («How is COVID Changing the Geography of Entrepreneurship? Evidence from the Startup Cartography Project»), проведенное в мае 2021 г., демонстрирует зависимость между снижением налогов на малый бизнес и количеством новых зарегистрированных заявок на открытие своей компании. В 2021 г. и 2022 г. в США наблюдались рекордное количество заявлений на открытие малого бизнеса и самый быстрый рост новых рабочих мест за последние несколько лет наблюдений. Также был достигнут рекордно низкий уровень безработицы (рис. 1).



Составлено авторами по материалам источника<sup>1</sup>

Рис. 1. Динамика изменения среднеквартального уровня занятости в малом бизнесе США (с численностью менее 50 чел.) в период с 1993 г. по 2021 г.

<sup>1</sup>The White House. The Small Business Boom Under the Biden-Harris Administration. Режим доступа: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/04/President-Biden-Small-Biz-Boom-full-report-2022.04.28.pdf> (дата обращения: 24.12.2023).

Как видно из представленных данных, рост занятости в 2021 г. практически компенсировал потери рабочих мест от COVID-19 в 2020 г. Более того, за последние почти 30 лет занятость увеличилась более чем в два раза. Использован системный подход оказания адресной существенной финансовой помощи в условиях кризисной ситуации [5]. Таким образом, вовлечение государства в экономическую деятельность малых предприятий в США позволило избежать глубокой рецессии в стране и привело к быстрому восстановлению производства товаров и услуг.

Одной из разновидностей малого бизнеса выступает семейный бизнес, что вызывает такую проблему, как разграничение личных и рабочих отношений. Это создает угрозу ухудшения отношений и неэффективность производства, а в некоторых случаях и закрытие бизнеса<sup>2</sup>.

COVID-19 привнес новые трудности для семейного бизнеса. Высокая заразность и вероятность летального исхода привели к временному карантину в садах и школах, создали ряд сложностей для владельцев и менеджеров малого бизнеса, связанными с семейными обязанностями. Им нужно было адаптироваться к новым условиям в семье, а не только в экономической деятельности своей компании. Например, по результатам опроса Национального бюро экономических исследований США, около 30 % владельцев малого бизнеса рассказали, что изменение в семейных обязательствах во время пандемии повлияло на их эффективность и работоспособность. Более того, это стало одной из ключевых проблем для женщин-предпринимателей, поскольку именно они больше всего вовлечены в семейные дела. В итоге гендерное неравенство между мужчинами и женщинами в бизнесе усилилось во время пандемии COVID-19.

Также существовала вероятность болезни или даже смерти близкого члена семьи, которая могла негативно сказаться на эмоциональном и физическом состоянии человека и, как следствие, на продолжении ведения бизнеса. Помимо предпринимателей, резко возросло количество домашних обязанностей и риск болезни родственников мешали сотрудникам компаний фокусироваться на своей работе.

По прошествии четырех лет после начала пандемии одной из ключевых проблем, тревожащих владельцев малого бизнеса, до сих пор остается высокий уровень инфляции. Больше половины малых предприятий (53 %) ощущают влияние высоких цен на своей экономической деятельности<sup>3</sup>. Это сказывается на стоимости издержек компаний, связанных с закупкой сырья и оплатой производственных услуг, а также на выплате заработной платы работникам. Как следствие, компаниям сложно сохранять годовую прибыль на прежнем уровне, не повышая цены на свою продукцию. Данная проблема затрагивает все американские компании вне зависимости от отрасли, на которой они специализируются, и их географии.

Другой важной проблемой для американского малого бизнеса в 2023 г. стала процентная ставка Федеральной резервной системы США. Ее снижение после начала пандемии привело к росту экономической активности и, как следствие, инфляции. В связи с этим с 2022 г. правительство США постепенно поднимало ставку процента, что сильно ограничивало фирмы в получении финансирования от государства. Важно отметить, что для малого бизнеса государственные займы являются одним из важнейших источников финансирования.

Пандемия COVID-19 послужила толчком к уже начавшейся ранее цифровизации, усилив диджитал-трансформацию в секторе малого бизнеса в среднем с 30 до 55 % [6]. Согласно статистическим данным Торговой палаты США (U.S. Chamber of Commerce), 86 % владельцам малого бизнеса в США использование технологий помогло пережить пандемию [11]. Компании были вынуждены адаптироваться к новым условиям, внедряя возможность доставки продуктов, перевода сотрудников на удаленный формат работы, используя новые цифровые каналы продвижения и коммуникации с потребителями и обновляя оборудование.

На рис. 2 изображены результаты опроса, проведенного в 2020 г. «Фейсбуком». Они иллюстрируют количество цифровых платформ, которыми пользуется малый бизнес в США.

Более двух третей респондентов используют несколько платформ одновременно, причем 40 % опрошенных рассказали, что пользуются четырьмя–пятью или более платформами.

После появления вируса COVID-19 подход малых предприятий к диджитализации поменялся. Больше компаний начали внедрять инновации, поскольку это положительно сказывалось на успешности бизнеса, позволив части компаний пережить пандемию и быстро адаптироваться к новым реалиям.

<sup>2</sup> Mandivilla M. Small Business Digital Transformation in the Context of Pandemic. Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/350370260\\_Small\\_business\\_digital\\_transformation\\_in\\_the\\_context\\_of\\_the\\_pandemic](https://www.researchgate.net/publication/350370260_Small_business_digital_transformation_in_the_context_of_the_pandemic) (дата обращения: 24.12.2023).

<sup>3</sup> U.S. Chamber of Commerce. The Biggest Challenges Small Business Are Facing Right Now. Режим доступа: <https://www.uschamber.com/small-business/the-biggest-challenges-small-businesses-are-facing-right-now> (дата обращения: 24.12.2023).



Стали расти отрасль доставки, онлайн-магазинов, внедряться удаленный формат работы. Несмотря на то что крупным компаниям проще развивать информационные технологии для улучшения своей деятельности и укрепления позиции на рынке, малый бизнес часто выступает поставщиком для корпораций, поэтому успешность диджитализации малых компаний является полезной для всех агентов экономической деятельности.

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование влияния пандемии COVID-19 на малый бизнес в сфере услуг и производства товаров проводилось на основе сравнительного анализа. Авторы провели анализ данных, чтобы выяснить, как представители малого бизнеса адаптировались к новым условиям и какие цифровые технологии использовали. Были выделены наиболее часто используемые способы диджитализации малого бизнеса в США: цифровые платформы и приобретение нового оборудования. Авторы сравнили статистические данные до и после начала пандемии, чтобы выявить изменения и тренды в цифровой трансформации малого бизнеса.

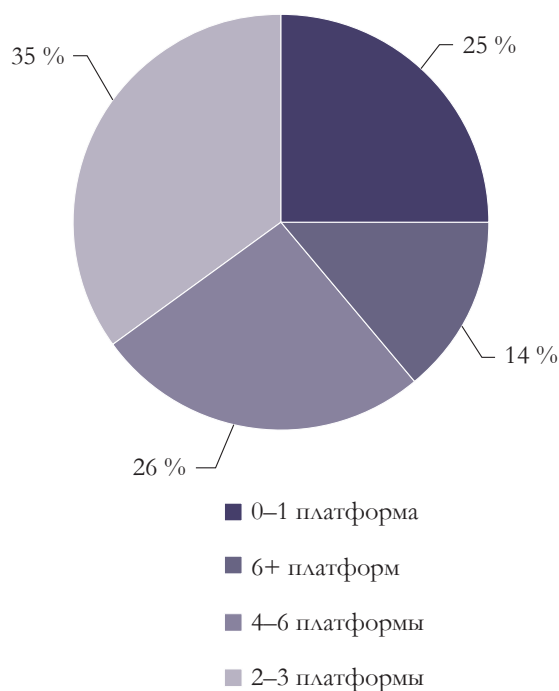
Цифровые платформы бывают прикладные (сервисы по доставке еды, заказу такси, бронированию жилья и др. услуг), инструментальные, которые используются для обработки полученной информации (Java, iOS, Android OS и др.), инфраструктурные, которые используются для работы внутри экосистем (General Electric Predix, ESRI ArcGIS, ЕСИА, «CoBrain-Аналитика», ЭРА-ГАОНАСС (партнерская программа)<sup>5</sup>. Также выделяют социальные сети, которые обеспечивают коммуникацию между бизнесом и клиентом.

Другим немаловажным компонентом цифровизации является закупка оборудования и программного обеспечения как для офиса, так и для рабочего места сотрудника, работающего удаленно. В период пандемии, когда многие компании были вынуждены закрыть свои оффлайн-точки и перейти в онлайн, компьютеры и другое технологическое оборудование стало необходимым компонентом для ведения бизнеса. Согласно опросу среди владельцев производственного бизнеса, цифровизация в период COVID-19 в большей степени проявлялась в переходе к цифровым платформам, что сделало покупку нового оборудования необходимым для данного сектора бизнеса [6].

Таким образом, двумя основными способами проявления диджитализации в США являются цифровые платформы и оборудование. Именно они использовались практически каждым американским бизнесом в 2023 г. Авторы провели анализ влияния COVID-19 на цифровизацию малого бизнеса в США и сравнили эффект на прибыль, вызванный цифровыми технологиями на сферу товаров и услуг, поскольку именно экономические показатели позволяют оценить успешность деятельности компании.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Производственные компании стали использовать цифровые платформы чаще, чем бизнесы, связанные с предоставлением своих услуг. Примерно 28 % производственных компаний заявляют, что пандемия оказала на них значительное влияние, около 67 % говорят про умеренное влияние и только 5 % указывают на минимальное влияние пандемии на переход к онлайн-платформам [6]. В секторе услуг, наоборот, наблюдалось падение на 70 % в использовании цифровых платформ<sup>6</sup>. Такая тенденция прослеживалась в услугах, связанных с жильем, транспортом, бронированием.



Составлено авторами по материалам источника<sup>4</sup>

Рис. 2. Распределение малых предприятий по количеству используемых цифровых платформ в США в 2022 г.

<sup>4</sup> U.S. Chamber of Commerce. Technology Engagement Center. Empowering Small Business. The Impact of Technology on U.S. Small Business. Режим доступа: [https://www.uschamber.com/assets/documents/EmpoweringSmallBusiness\\_TechnologyReport.pdf](https://www.uschamber.com/assets/documents/EmpoweringSmallBusiness_TechnologyReport.pdf) (дата обращения: 24.12.2023).

<sup>5</sup> Высшая Школа Бизнеса. Цифровые платформы. Режим доступа: <https://hsbi.hse.ru/articles/tsifrovye-platformy/?ysclid=locr3g5kqp104644182> (дата обращения: 24.12.2023).

<sup>6</sup> OECD. SMEs in the Online Platform Economy. Режим доступа: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/1386638a-en/index.html?itemId=/content/component/1386638a-en> (дата обращения: 24.12.2023).

Результаты можно объяснить резким снижением спроса на путешествия из-за карантина и других ограничений. При этом был отмечен рост на 20 % в онлайн-бизнесе, который включает услуги маркетплейсов, ресторанной доставки, мобильных платежей<sup>7</sup>. Такими услугами пользуются не только конечные потребители, но и другие компании как в секторе сервиса, так и в секторе производства.

Инвестиции в приобретение нового оборудования и программного обеспечения выросли в обоих типах малого бизнеса: сфере услуг и производстве товаров. Однако процентное соотношение в увеличении расходов для производственных компаний оказалось практически в два раза выше (в среднем 10 % для производственной индустрии и 4,7 % для услуг в 2021 г.), несмотря на консервативность данного вида бизнеса<sup>8,9</sup>.

Важно отметить, что многие компании не могут вести экономическую деятельность онлайн ввиду специфики продукта. Например, по данным Администрации малого бизнеса США, из-за падения доходов в секторе ресторанного бизнеса правительство включило в «Американский план спасения» инициативу о выплате денежной суммы, эквивалентной потери ресторана. Максимально возможная сумма составила 10 млн долл. США на компанию. При этом малый бизнес в секторе услуг потерпел большие денежные потери, даже несмотря на государственную финансовую поддержку<sup>10</sup>. По состоянию на первый квартал 2023 г. ситуация улучшилась, но не достигла уровня доковидного периода. При этом для продуктового бизнеса ситуация противоположная. После начала пандемии в США прибыль малого бизнеса данного типа только выросла, причинами чему главным образом служили быстрая адаптация к новым реалиям и переход на цифровые платформы для электронной торговли и коммуникации с потребителями [6].

Цифровизация, без которой невозможно представить современную компанию в США, может проявляться в разных видах: покупка компьютеров, ведение социальных сетей, внедрение касс самообслуживания и т. д. После появления вируса COVID-19 способ ведения бизнеса поменялся, и компании начали чаще использовать цифровизацию в своей деятельности. В малых предприятиях с 2020 г. преобладают такие виды диджитализации, как использование цифровых платформ (социальные сети, программное обеспечение и др. технологии), а также специальное оборудование (компьютеры, роботы). Именно технологии помогли многим компаниям пережить пандемию. Однако, проведя сравнение о влиянии пандемии на диджитал трансформацию малого бизнеса США по сферам, можно прийти к выводу о том, что сфера производства претерпела больше положительных изменений, нежели сфера услуг.

Результаты исследования могут помочь российским экспертам и практикам, которые интересуются вопросами цифровой трансформации малого бизнеса, а также зарубежным опытом. Статья может быть полезна предпринимателям и владельцам малого бизнеса в Российской Федерации, которые хотят узнать о примерах успешной и не очень успешной адаптации к новым условиям и о технологиях, которые могут помочь им поддерживать свою деятельность в кризисные периоды. Статья может пригодиться государственным органам и организациям, занимающимся поддержкой малого бизнеса, а также широкому кругу читателей, интересующихся США в целом и малым бизнесом в частности.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Малый бизнес, являющийся одной из главных движущих сил американской экономики, претерпел изменения после появления вируса COVID-19. Многие предприятия закрылись, в основном, не выдержав сильной финансовой нагрузки, в стране произошла дефляция, вызванная локдауном, нарушением цепочек поставок, изменением спроса и предложения, разорением компаний. Однако грамотная и своевременная политика государства по поддержке малого бизнеса способствовала быстрому решению проблемы и экстренному восстановлению экономики США, что привело к рекордно высокому уровню роста занятости и регистрации новых компаний. Более того, компании, только что открывшиеся или продолжившие свою деятельность после 2020 г., стали менять свой продукт, условия и стиль работы, уделяя больше внимания цифровизации своего бизнеса.

<sup>7</sup> OECD. SMEs in the Online Platform Economy. Режим доступа: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/1386638a-en/index.html?itemId=/content/component/1386638a-en> (дата обращения: 24.12.2023).

<sup>8</sup> HFS. The IT Budgets for Most Industrial Manufacturers will grow single-digits in 2021. Режим доступа: <https://www.hfsresearch.com/research/the-it-budgets-for-most-industrial-manufacturers-will-grow-single-digits-in-2021/> (дата обращения: 24.12.2023).

<sup>9</sup> BCG. It Spending Pulse #4: Buyers Are Still Spending Cautiously. Режим доступа: <https://www.bcg.com/publications/2022/it-spending-by-industry-2022-cautious-buyers> (дата обращения: 24.12.2023).

<sup>10</sup> JPMorgan Chase & Co. Small Business Financial Outcomes during the COVID-19 Pandemic. Режим доступа: <https://www.jpmorganchase.com/institute/research/small-business/report-small-business-financial-outcomes-during-the-COVID-19-pandemic> (дата обращения: 24.12.2023).

Проведенное в настоящем исследовании сравнение между влиянием пандемии на цифровизацию малого бизнеса в сфере услуг и товаров позволило выявить, что гипотеза о том, что пандемия коронавируса оказала большее влияние на рынок услуг, чем на рынок товаров, опровергается. Для производственного бизнеса выявлено более сильное влияние, которое стало причиной роста прибыли и улучшения финансовых показателей в данном секторе, несмотря на консервативность производственных компаний. При этом малый бизнес в секторе услуг также ощутил влияние диджитализации, однако в силу специфики индустрии оказанный эффект оказался меньше. Цифровизация в сфере услуг также продолжается, являясь дополнением к привычному стилю ведения коммерческой деятельности, которая с отменой ковидных ограничений постепенно начинает возвращаться в норму.

Пандемия COVID-19 создала новые условия для ведения малого бизнеса в США. Компании, стремящиеся адаптироваться к неожиданным обстоятельствам, были вынуждены развивать технологии, автоматизировать процессы и переводить часть бизнеса в онлайн-формат, чтобы быть конкурентоспособными и в итоге окупать свою деятельность.

Настоящее исследование может быть продолжено в дальнейшем, поскольку существующие статистические данные по малому бизнесу в США не позволяют максимально точно оценить сравнительные показатели. Тем не менее результаты работы могут использоваться для анализа эффективности мер государственной поддержки малого бизнеса в США. Помимо этого, опыт США представляет практический интерес для других стран, уделяющих особое внимание развитию сектора малого бизнеса, в частности Российской Федерации.

### Список литературы

1. *Заболоцкая В.В.* Государственные программы поддержки малого бизнеса в США. *Мировая экономика и международные отношения.* 2019;63(12):15–22. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2019-63-12-15-22>
2. *Франке Н.* Роль малого бизнеса в экономике США. *CIFRA. Экономика.* 2023;2(2):9. <https://doi.org/10.23670/ECNMS.2023.2.6>
3. *Петровская Н.Е.* Роль малого бизнеса в обеспечении занятости (опыт США). *Финансовая аналитика: проблемы и решения.* 2017;3(333):343–356. DOI: <https://doi.org/10.24891/fa.10.3.343>
4. *Bartik A., Bertrand M., Cullen Z., Glaeser E., Luca M., Stanton C.* The Impact of COVID-19 on Small Business Outcomes and Expectations. 2020;117(30):17656–17666. <https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>
5. *Ковалева Т.К.* Пандемия COVID-19 и поддержка малого бизнеса в США: институциональные аспекты, инструменты и механизмы. *Финансовые рынки и банки.* 2020;2:32–35.
6. *Tesarova M., Bednarova M., Simberova I.* The Effect of Digital Transformation on Business Model Canvas of SMEs from the Manufacturing Industry. In: *Business and Management 2022: Proceedings of the 12th International Science Conference*, May 12–13, 2022. Vilnius, Lithuania; 2022. Pp. 609–617. <https://doi.org/10.3846/bm.2022.835>

### References

1. *Zabolotskaya V.* Governmental Programs of Small Business Support in the USA. *World Economy and International Relations.* 2019;63(12):15–22. (In Russian). <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2019-63-12-15-22>
2. *Franke N.* The role of small business in the U.S. economy. *CIFRA. Economica.* 2023;2(2):9. (In Russian). <https://doi.org/10.23670/ECNMS.2023.2.6>
3. *Petrovskaya N.E.* The role of small business in employment: Evidence from the USA. *Financial Analytics: Science and Experience.* 2017;3(333):343–356. (In Russian). <https://doi.org/10.24891/fa.10.3.343>
4. *Bartik A., Bertrand M., Cullen Z., Glaeser E., Luca M., Stanton C.* The Impact of COVID-19 on Small Business Outcomes and Expectations. 2020;117(30):17656–17666. <https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>
5. *Kovaleva T.K.* COVID-19 pandemic and small business support in USA institutions. Tools and mechanisms. *Finansovye rynki i banki.* 2020;2:32–35. (In Russian).
6. *Tesarova M., Bednarova M., Simberova I.* The Effect of Digital Transformation on Business Model Canvas of SMEs from the Manufacturing Industry. In: *Business and Management 2022: Proceedings of the 12<sup>th</sup> International Science Conference*, May 12–13, 2022. Vilnius, Lithuania; 2022. Pp. 609–617. <https://doi.org/10.3846/bm.2022.835>