Войцехівська В. Л., бакалавр, гр. МО-67к, ФБСО
Зарецький В. М., бакалавр, гр. МО-67, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н., доц. Жалінська І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС ПІД ЧАС ВІЙНИ: ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ТА ПІДХОДИ ДО АДАПТАЦІЇ

Актуальність. У теперішній час становище України характеризується як надзвичайно складне як в політичному, так і економічному контексті через триваючий багаторічний військовий конфлікт. Безумовно, це створює величезні безпрецедентні виклики для вітчизняних бізнесів, змушуючи їх адаптуватися до непередбачуваних обставин та змінювати стратегії виживання. Умови війни обмежили зовнішньоекономічні можливості країни, що призвело до втрат для підприємств та затримок у розвитку. Розуміння та аналіз існуючих стратегій адаптації українських компаній у воєнних умовах є надзвичайно важливим для розвитку стійких та ефективних підприємств в умовах конфлікту. Вивчення досвіду бізнесу в умовах війни може надати цінний внесок у розроблення стратегій адаптації та подолання викликів для української економіки.

Метою даного дослідження є визначення основних викликів, з якими стикається український бізнес під час війни та окреслення підходів до адаптації господарської діяльності, що використовуються вітчизняними підприємствами.

Українська економіка вже більше року функціонує в умовах проведення активних військових дій, що призвело до складних викликів для вітчизняного бізнесу. Після початку вторгнення підприємцям довелося адаптуватися до нових умов, а значна кількість компаній понесли серйозні збитки. Національна економіка зазнала великого спаду: падіння національного ВВП склало 30,4 %, споживча інфляція становила 26,6 %.

Умови війни обмежили зовнішньоекономічну діяльність бізнесу через закриті кордони та масову міграцію внаслідок конфлікту. Однак, в умовах кризи, українці проявили солідарність та підтримку вітчизняних виробників, саботуючи товари російських та білоруських виробників. Це призвело до підвищеної популярності українських брендів. Окрім того, показовим є той факт, що українські бренди, в назві яких були будь-які конотації з колишнім радянським союзом або російським контекстом, провели ребрендінг. До прикладу, завод «Danone» на Полтавщині зробив ребрендінг відомої торгової марки та сьогодні українські споживачі мають змогу купувати ТМ «ПростоНаше».

Збитки для підприємств були значними: за даними Європейської Бізнес Асоціації, у 2022 році 83 % компаній-членів асоціації зазнали втрат. Загальні втрати українських підприємств від війни оцінюються в 13 млрд доларів, а для відновлення потрібно майже 25 млрд доларів. У цих непростих умовах бізнес та громадяни продовжують боротьбу та підтримують вітчизняну економіку [1].

Українські підприємці стикаються з численними викликами через війну, які серйозно ускладнюють їхню діяльність та які є абсолютно безпрецедентними. Одним із найяскравіших прикладів є атаки на енергетичні об’єкти, що спричинили тривалі відключення електроенергії для всіх українців. За даними Європейської Бізнес Асоціації, 89 % компаній відчули вплив російських ракетних атак на свою діяльність. Російські обстріли призводять до перерв у робочих процесах, скорочення продуктивних годин, проблем у плануванні та зростання витрат через використання генераторів.

Повномасштабне російське вторгнення спонукало власників бізнесів змінити формат роботи. Деякі компанії припинили діяльність, інші тимчасово зупинили роботу, проте багато інших підприємств підлаштувалися під воєнні реалії, намагаючись вижити. Для більшості бізнесів на початку війни головною метою стало виживання.

Узагальнюючи результати аналізу джерел щодо викликів, з якими стикається український бізнес в період війни [2, 4], можемо виділити такі найбільш значущі серед них: фізичне руйнування виробничих потужностей, перебої з електропостачанням та зв’язком, падіння споживчого попиту та зменшення платоспроможності населення, руйнування ланцюгів постачання та ускладнення логістики, дефіцит фінансування, податковий тиск, зростання вартості сировини та матеріалів, недоступність кредитних коштів і нестача кваліфікованих працівників.

Також фахівці вказують на довготермінові наслідки, з якими бізнес може стикнутися під час відновлення після війни, зокрема, недостатність знань, експертизи і технологій, зростання конкуренції і відсутність платоспроможних клієнтів [2]. Усі ці фактори важко враховувати та адаптувати під час воєнних умов, і вони можуть продовжити впливати на український бізнес і після завершення конфлікту, вимагаючи від підприємців нових стратегій і рішень для виживання та відновлення економіки країни.

Остаточну оцінку руйнівних наслідків війни, в т.ч. на сферу економіки, ще буде проведено, проте наразі вже можна навести приклади дієвих стратегій адаптації бізнесу під час війни. Так, представники українських компаній розповіли про труднощі, які їхні бізнеси переживають через війну та як вони адаптувалися до цих важких умов.

До прикладу, компанія IDS Ukraine, виробник безалкогольних напоїв, стикнулася з численними труднощами, такими як втрата виробництва через окупацію Херсонської області, логістичні проблеми та паливна криза. Тобто основні причини, які впливали на діяльність компанії, знаходилися всередині країни. Велика частина цільової аудиторії компанії виїхала за кордон, що призвело до зменшення попиту на їхню продукцію, і як наслідок – скорочення виробництва мінеральних вод. Основна стратегія адаптації компанії щодо забезпечення доступу споживачів до цих продуктів, полягала у збільшенні запасів та оптимізації ланцюгів постачання.

Натомість медична лабораторія «Ескулаб» зіткнулася з проблемами логістики через затримки у поставках європейських реактивів для аналізів, тобто підприємство в основному зазнало впливу зовнішніх причин. Щоб уникнути проблем у разі перебоїв із зв’язком, компанія встановила додаткові мережі інтернету та генератори електроенергії. Крім того, вони розробили антикризові плани для кожного підрозділу та створили опорні відділення в різних регіонах, щоб люди могли здати аналізи незалежно від умов.

Незважаючи на значущість та масштабність викликів, більшість представників малого та середнього бізнесу в Україні планують розширювати свою діяльність у 2024 році [4]. Згідно з дослідженням Європейської Бізнес Асоціації, 76 % підприємців мають намір розширити свій бізнес у 2024 році. Це розширення може включати розширення географії присутності, відкриття нових напрямків, виходження на зовнішні ринки та зміну кількості співробітників. Зокрема, для розширення бізнесу 67% опитаних залучатимуть нові кошти. Більшість підприємців розраховують на власні фінансові резерви, менше на гранти та кредити. Проте 59 % опитаних вважають банківське кредитування недоступним або важкодоступним, що наразі є проблемою для багатьох малих і середніх підприємств. Натомість банківська система заявляє, що здатна задовольнити платоспроможний попит на кредити у 2024 році. Банки будуть продовжувати підтримувати критичні галузі, такі як аграрії, логістика, роздрібна торгівля, фармацевтика та постачання палива, а також інших платоспроможних клієнтів [3].

Щодо заробітної плати, 61 % власників бізнесу не планують змінювати її розмір у цьому році. Однак 28 % планують підвищити зарплату, і 11 % планують її оптимізувати. Українські підприємці проявляють велику витримку та резильєнтність, працюючи навіть у найважчих умовах, і це свідчення їхньої віри в майбутнє та відданості розвитку бізнесу в Україні [5].

Висновок. Існуючі виклики та загрози, зумовлені військовим конфліктом, не лише призвели до збитків для бізнесу, але й стимулювали пошук нових шляхів розвитку та підвищення стійкості. IDS Ukraine та медична лабораторія «Ескулаб», зіткнулися з серйозними викликами через втрати виробництва та логістичні труднощі, спричинені війною та змінами в населенні. IDS Ukraine змінила свої стратегії постачання та збільшила запаси для забезпечення доступу до продукції, тоді як «Ескулаб» встановила додаткові мережі і генератори електроенергії для незалежності від умов. Ці історії підкреслюють гнучкість та важливість адаптації в умовах кризи, доводячи, що українські компанії можуть успішно реагувати на складні виклики військового конфлікту. Українські підприємства демонструють гнучкість у стратегічному плануванні та реагуванні на зміни, шукаючи можливості у складних умовах військового конфлікту. Ці висновки свідчать про важливість пошуку нових рішень, спрямованих на підтримку та розвиток бізнесу в умовах війни та надають підґрунтя для подальших досліджень у цій області.

Список використаних джерел

1. Деревянко А. Головна задача – вистояти. Що турбує бізнес в Україні під час війни. РБК – Україна. URL: https://www.rbc.ua/ukr/news/glavnaya-zadacha-vystoyat-bespokoit-biznes-1655831867.html

2. Наумов С. Як український бізнес виживає під час війни. Економічна правда. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/6/697711/

3. Жирій К. Час для роботи: як відновлювався та адаптувався український бізнес за рік війни. Інформаційне агентство УНІАН. URL: https://www.unian.ua/economics/finance/chas-dlya-roboti-yak-vidnovlyuvavsya-ta-adaptuvavsya-ukrajinskiy-biznes-za-rik-viyni-12154170.html

4. Всупереч обставинам: Як український бізнес процвітає під час війни. Payoneer. URL: https://www1.payoneer.com/ua/resources/defying-the-odds-how-ukrainian-businesses-thrive-during-war/

5. Український бізнес в умовах повномасштабної війни: аналітика стану за шість місяців. Дія. Бізнес. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/novini/ukrainskij-biznes-v-umovah-povnomasstabnoi-vijni-analitika-stanu-za-sist-misaciv