

Оберемчук В. Ф.
канд. екон. наук, доцент
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана,
м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0001-9385-0714;

Демченко Т. О.
студент 3 курсу
Фаховий коледж інформаційних систем і технологій
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
м. Київ, Україна

ПІДПРИЄМНИЦТВО ПІД ЧАС ВІЙНИ: ОСОБЛИВОСТІ, СЕНС, ПРІОРИТЕТИ

Війна руйнує усталені правила ринку, змінює попит та пропозицію і тим самим надає можливості підприємцям проявити себе. Як впливають рішення щодо продовження, оновлення чи зміни напряму бізнесу на діяльність компанії та на покращення економіки в країні під час війни – саме ці аспекти розглядає наше дослідження.

Мета дослідження – на реальних результатах опитування українських підприємців за тривалий період розробити пропозиції (положення) щодо адаптації підприємницької діяльності до умов функціонування під час війни. Це дозволить підприємцям активно функціонувати за нестабільних умов, правильно визначати пріоритети у діяльності, розуміти та доносити сенс підприємництва до команди виконавців.

Сенс підприємництва означає здатність людини перетворювати ідеї на дії. Це включає в себе творчість, інновації та ризик, а також здатність планувати та керувати проектами для досягнення цілей.

Сенс діяльності компанії, сенс підприємництва від час війни – це є процес усвідомлення причин, наслідків та важливості цієї діяльності для країни в цілому і для працівників, розуміння загальних ключових трендів і процесів у середовищі функціонування та урахування можливих ризиків під час ведення діяльності.

Респонденти-підприємці, які беруть участь у дослідженні представляють різноманітні галузі (освіта, спорт, послуги, видобування, виробництво, агробізнес і т.д.). За результатами першого етапу дослідження з початком війни більшість бізнесів зупинилася зовсім. Проте через кілька місяців відбулося певне усвідомлення ситуації, бачення сенсу у підприємницькій діяльності та відповідно продовження цієї діяльності. Більшість респондентів відмітили те, що не змінювали головний бізнес, а лише змінили партнерів і частково бізнес-процеси. Окремі підприємці внесли зміни у свою діяльність. Це були саме ті підприємці, чия активність (вид діяльності) неможлива під час війни. Крім того, варто відмітити, що за результатами опитування практично кожен бізнес, кожен підприємець вів волонтерську діяльність (допомога ЗСУ, мешканцям окупованих територій, переселенцям). Волонтерська діяльність – діяльність, яка підсилює сенс функціонування бізнесу, мотивує та єднає співробітників, допомагає країні в цілому.

Війна сильно вплинула на український ринок, але функціонування бізнесу необхідно суспільству для забезпечення війська і українських споживачів. На сьогодні вже відбулася певна адаптація бізнесу до умов війни. Проте для продовження функціонування підприємцям необхідні нові замовлення, ринки збуту, інвестиції на розвиток, допомога у вирішенні проблем логістики [1].

На даному етапі дослідження можемо виокремити найбільш актуальні стратегії діяльності компаній, що використовуються підприємцями під час війни:

- розвиток існуючого бізнесу;
- впровадження нового продукту (послуги),
- вихід на нові ринки.

Подальше дослідження буде спрямоване на продовження проведення інтерв'ювання, відслідковування змін у підприємницькій діяльності, виявлення факторів впливу на зміни у підприємницькій діяльності, побудові моделі (стратегії) поведінки підприємця під час війни.

Література:

1. Жарикова А. Бізнес під час війни: скільки підприємців почали працювати «на закордон». Економічна правда. 2022, 27 вересня. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/27/691914/> (дата звернення: 05.11.2022).