

3. Бойко Л. Г. Економіка та організація виробництва. Харків: ХНАМГ, 2008. 198 с.

4. Різник Н. О., к. е. н. Хуторської П. О. Сутність та фактори виробничої потужності підприємства. URL: http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/1_riznik.htm

ПРОБЛЕМАТИКА ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

*Голубицька Ю.В., здобувач вищої освіти,
Yulianka19092001@gmail.com*

*Науковий керівник: Богма О.С., доктор економічних наук,
професор кафедри економіки та фінансів підприємства
Київського національного торговельно-економічного
університету*

Внаслідок пандемії, спричиненою COVID-19, економічні потрясіння відчувають більшість країн світу, підприємства зазнають значних збитків, а окремі галузі через обмежувальні заходи не проводять власну діяльність повноцінно. Держава, встановлюючи карантинні норми, змушує організації змінювати характер ведення процесів. Трансформування об'єктів підприємницької діяльності через вжиті заходи зумовило економічну нестабільність, уповільнення їх розвитку та загальмування значної частини процесів.

За даними Держстату в 2020 році ВВП України зменшився на 4%, враховуючи позитивне зростання в попередні роки, для країни це досить значні втрати [1]. Безробіття працездатного населення зросло та на листопад 2021 року досягає значення 10,3%, що є найвищим показником з 2002 року, також наявна тенденція до скорочення робочих місць [2]. Зокрема, найбільше постраждали працівники готельно-ресторанного бізнесу, туристичної і розважальної індустрії, роздрібною торгівлі та закладів культури.

Держава, виступаючи гарантом розвитку підприємництва в Україні [3, ст. 47, 48], вже другий рік поспіль вживає заходів, що мінімізують втрати суб'єктів господарювання й допомагає зберегти робочі місця, зокрема:

- проводить матеріале одноразове забезпечення ФОПів та найманих працівників, які постраждали від карантинних заходів

найбільше;

- здійснює виплати суб'єктам малого та середнього підприємництва для покриття витрат на заробітну плату їх працівників;

- підвищує мінімальний обсяг виплат по безробіттю;

- забезпечує здійснення пільгового кредитування, соціальної підтримки, надає податкові канікули;

- ініціює впровадження закону про надання підтримки підприємствам, що закриваються під час карантину [4].

Подолання важкого економічного періоду компаніями без підтримки держави є ускладненим. Проте значна частина підприємств адаптували власну діяльність під вимоги карантинних реалій та отримали нові поштовхи для ведення бізнесу. І це не дивно, адже підприємства, що вже раніше переживали кризові становища, зокрема в 2008 та 2014 роках, діяли більш гнучко й миттєво, змінювали бізнес-плани своєї діяльності та шукали нові можливості (наприклад, орієнтувалися на нові ринки або іншу групу клієнтів).

Велика кількість підприємств знайшли своє місце в мережі-інтернет, здійснивши перехід в онлайн, вони ініціювали подальший розвиток цифровізації в цій сфері. Так, можемо спостерігати, що суб'єкти господарювання все частіше використовують різні платформи для реалізації власної продукції: інтернет-магазини в соціальних мережах та на окремих сайтах, інтернет-школи без використання орендованих приміщень, здійснення онлайн-заходів для просування ними власних товарів, комерційні онлайн-заходи, тощо. Цифровізація дала поштовхи для розвитку інтернет-маркетингу та інтернет-банкінгу, що, в свою чергу, створило тисячі нових робочих місць для тих, хто втратив роботу під час пандемії, зокрема: інтернет-маркетолог, SMM-менеджер, таргетолог, комерційний редактор, фахівець з контекстної реклами, SEO-спеціаліст, системний адміністратор, керівник інтернет-магазину, Data Scientist, тощо.

Якщо цифровізація допомогла охопити більшу кількість споживачів в мережі інтернет для організацій, працюючих онлайн, то підприємства які продовжували роботу в офісах і на попередніх місцях стикнулися з проблемою скорочення покупців. Через обмеженість в транспортуванні продукції, велика кількість підприємців дійшли до ідеї створення власних кур'єрських доставок. Наразі можемо спостерігати як відомі українські ритейлери

реалізують власні продукти не тільки на місцях продажу, а ще й з доставкою до обраних споживачами точок. Даний метод вирішення кризової ситуації призвів до створення сотень нових робочих місць, зокрема на такі нові посади, як комплектувальник онлайн замовлень, директор онлайн-магазину, зробив більш популярною професію кур'єра.

Паралельно спостерігаємо, як активно розвивається міжнародне онлайн-підприємництво, адже за допомогою мережі інтернет охоплюються більші групи споживачів з різних точок світу. Створюються нові робочі місця для іноземних громадян, які не проживають на території країни, проте володіють її мовою. В ситуації коли бракує кваліфікованих працівників, для компанії це рятівна ситуація.

Таким чином, економічні кризові становища для багатьох компаній дають нові можливості для здійснення їх діяльності. В умовах адаптації до обмежень, пов'язаних з пандемією, спричиненою COVID-19, спостерігаємо значні зміни в організаційних процесах, перехід на інші платформи реалізації продукції, створення нових напрямів діяльності. Проте, на тлі масштабних втрат окремими сферами підприємницької діяльності, в упорядкування процесів має вступати держава з метою підтримки найбільш постраждалих груп населення й найбільш вразливих галузей.

Література.

1. ВВП України у 2020 році впав на 4%. *Интерфакс-Україна* : веб-сайт. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/731990.html> (дата звернення 9.11.2021)
2. Рівень безробіття в Україні. *Мінфін* : веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/> (дата звернення 9.11.2021)
3. Господарський кодекс України [зі змін. та допов., внесеними Законом України від 15.07.2021 № 1667-IX] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення 10.11.2021)
4. Закон про внесення змін до додатків № 1 та № 3 до Закону України «Про Державний бюджет України на 2021 рік» : проект / Верховна Рада України. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=73178 (дата звернення 11.10.2021)