

Чередніченко Віталій Вікторович
*аспірант Інституту економіки і права,
Класичний приватний університет, м. Запоріжжя*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-484-2-17>

БІЗНЕС-КЛІМАТ ТА УМОВИ ВЕДЕННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Ведення малого підприємництва хлібопекарської промисловості в Україні під час воєнного стану відбувається перш за все за умов впливу безпекових ризиків, складною фінансово-економічною ситуацією та кадровою нестачею. Водночас профіль суб'єктів характеризується потенціалом значної гнучкості і здатності адаптуватися до нових реалій досить швидко. Наразі бізнес-модель малого підприємництва хлібопекарської промисловості трансформовано відповідно до належності суб'єкта певній територіальній зони небезпеки. Відповідно і вимоги малого підприємництва до змін бізнес-клімату різних територій України різняться. Розглянемо особливості бізнес-клімату ведення малого підприємництва хлібопекарської промисловості України в умовах воєнного стану (табл. 1).

Таблиця 1

Бізнес-клімат та умови ведення малого підприємництва хлібопекарської промисловості в Україні в умовах воєнного стану

Сектор	Характеристика
Нестабільність економічного середовища	Через війну економіка країни зазнає значних фінансово-економічних потрясінь, що призводить до зростання інфляції, цін, відтоку інвестування, скорочення виробництва, нестачі кадрів. Це ускладнює планування витрат, оцінку ризиків. Суб'єкти функціонують в умовах жорсткої нестачі фінансування, обмеженості ресурсів, високих цін, кадровому дефіциті. Показники розвитку харчової промисловості суттєво скорочуються.

Зміна попиту	У наслідок зниження доходів населення та втрати робочих місць багато споживачів скоротили свої витрати, купівельна спроможність населення впала, що негативно впливає на попит хлібобулочних виробів. Зміна структури попиту на хлібобулочні вироби з одного боку значно зростає, проте на недорогу продукцію. Це створює можливості для малого бізнесу, який здатен адаптуватись під різні вимоги споживачів, забезпечуючи швидко різні потреби. Втім, швидке реагування на попит потребує додаткового фінансування та ресурсного забезпечення.
Нові можливості	Наразі є можливість для переналаштування бізнесу під новий запит споживача, вихід на новий сегмент ринку із затребуваною продукцією. Також, можна стати елементом ланцюга постачання різних соціально-гуманітарних проектів. Що, загалом, підвищить довіру споживачів, сприятиме розвитку репутації.
Фінансові труднощі та доступ до ресурсів	Через війну значна частина малого бізнесу знизила свої доходи або взагалі призупинила діяльність. Наявна значна обмеженість у кредитуванні та інвестуванні, особливо для малого бізнесу, який не має великих фінансових резервів. Незважаючи на державну підтримку бізнесу за допомогою пільгових кредитних програм та грантів, ризики залишаються надто високими, тому банки обмежують видання доступних кредитів “5-7-9” у прифронтових містах. Доречним було б впровадження компенсування додаткових ризиків банкам державою.
Вплив на логістику та інфраструктуру	Бойові дії призвели до значного руйнування транспортної, енергетичної та логістичної інфраструктури, що зумовило ускладнення доставки товарів, сировини. Потужна руйнація та ризики обстрілів безпосередньо вплинула на роботу багатьох міні-пекарень. Перевезення вантажів через прифронтові території або зони бойових дій стали ризикованими, що підвищує витрати на логістику та затримує поставки. Релокація, як варіант збереження бізнесу, супроводжується значними проблемами з переналаштуванням бізнес-процесів на нових місцях.
Зміни у робочій силі	Через мобілізацію значна кількість працівників була залучена до служби у Збройних Силах України, а також через переміщення працівників в інші регіони або за

	кордон призвело до дефіциту робочої сили в багатьох галузях, в тому числі і в пекарській. Велика кількість внутрішньо переміщених осіб створює нові можливості для залучення робочої сили, але також потребує адаптації бізнесу до роботи в нових регіонах. Крім того, значна частина бізнесу змушені були скоротити персонал через зменшення обсягів діяльності.
Цифровізація	Розвиток онлайн-продажів став важливим та безпечним в умовах війни інструментом для збереження бізнесу. Подальша цифровізація пекарських бізнес-моделей розширює можливості реалізації продукції, популяризації харчових трендів. Втім, розробка власних додатків чи веб-сайтів вимагає додаткового фінансування. Альтернативою залишаються соціальні мережі. Проте, в окремих регіонах, де ведуться бойові дії або зруйнована інфраструктура, також через постійні блекаути доступ до інтернету та зв'язку обмежений, що ускладнює роботу.
Ризики для бізнесу	Присутні постійні загрози руйнування бізнесу через бойові дії, зокрема через обстріли, бомбардування або окупацію. Практично нереалістично прогнозувати чи будувати довгострокові перспективи через непередбачуваність розвитку війни та її впливу на економіку.
Психологічний аспект	Власники і працівники бізнесів постійно перебувають у стресовій ситуації через військові дії, що негативно впливає на продуктивність, мотивацію та ефективність роботи.
Податкові заходи	Податкове навантаження для малого підприємництва вже зросло на тлі прийняття положень щодо реформування спрощеної системи оподаткування у напрямках наближення її до загальної за розмірами ставок та обов'язкового ведення обліку. Намір надати доступ податківцям до банківської таємниці обґрунтовано необхідністю підвищення аналітичних результатів податківців.
Міжнародна допомога та підтримка	Український бізнес отримує фінансову та технічну підтримку від міжнародних організацій, що дозволяє підприємствам виживати та відновлюватися.

Ведення малого підприємництва хлібопекарської промисловості під час воєнного стану вимагає значної гнучкості, здатності швидко

адаптуватися до нових умов і ефективно використовувати наявні ресурси. Водночас підтримка з боку держави та міжнародної спільноти, інновації та цифровізація могли б значно полегшити ведення бізнесу та допомогти підприємствам виживати в складних умовах. Наразі Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу до 2027 року створює основи для підтримки підприємців, проте, для суб'єктів хлібопекарської промисловості все ще є проблеми та бар'єри, які ускладнюють їх виживання та розвиток.

Вдосконалення бізнес-клімату та умов ведення бізнесу для суб'єктів хлібопекарської промисловості є важливим етапом їх відновлення та розвитку. Як мінімум полегшення доступу до фінансування сприятиме спрощенню відкриття нового бізнесу, релокації, модернізації, і загалом, стабільності розвитку в умовах невизначеності зовнішнього середовища.