

Міністерство освіти і науки України
Український католицький університет
Факультет суспільних наук

Кафедра соціології

Дипломна робота на тему:

**“Стратегії функціонування бізнесу в умовах кризи (на прикладі епідемії
Covid-19 та воєнного стану в Україні)”**

Виконала студентка 4 курсу
бакалаврату за спеціальністю
“Соціологія”, групи – ССО-19Б
Гнідан Соломія Василівна

Науковий керівник:
Кандидат соціологічних наук
Судин Данило Юрійович

Львів 2023



В умовах кризи економіка країни та рівень життя населення може якісно підтримуватись та зростати, лише за умови ефективного функціонування бізнесу та його ефективної взаємодії з владою. Українське суспільство вже пережило коронакризу, а в цей момент переживає кризу воєнного стану в країні, який актуалізував абсолютно нові труднощі, порівняно з часами епідемії. Держава потребує сильну ланку бізнесу в країні, задля підтримки країни та суспільного добробуту населення. Ключовою проблемою є, як українським бізнесам справлятися з труднощами під час масштабної кризи в країні, щоб залишитись на плаву та продовжити своє існування навіть в несприятливих умовах. Важливим постає виокремлення можливих стратегій функціонування бізнесу для адаптації до надскладних умов існування, щоб підвищити рівень резистентності до поточної кризи та потенційних криз в майбутньому.

In the conditions of a crisis, the country's economy and the population's standard of living can be qualitatively maintained and grow only under the condition of the effective functioning of business and its effective interaction with the authorities. Ukrainian society has already survived the corona crisis and is currently experiencing a martial law crisis in the country, which has actualized completely new difficulties compared to the times of the epidemic. The state needs a vital branch of business in the country for the support of the country and public welfare of the population. The crucial problem is how Ukrainian businesses cope with difficulties during a large-scale crisis to stay afloat and continue their existence even in unfavorable conditions. It becomes essential to identify possible strategies for business operations to adapt to the challenging conditions of existence to increase the level of resistance to current crises and potential crises that future may bring.

Зміст

<i>Вступ</i> ...	3
<i>Розділ I. Теоретико-методологічна основа понять “підприємництво” та “бізнес”.</i>	
1.1 Поняття “підприємництво” та “бізнес” в поведінкових науках: суть та співвіднесення понять; їх функції у суспільстві...	9
1.2 Становище бізнесу України в умовах кризи: проблеми бізнесу під час епідемії та воєнного стану; його взаємодія з владою ...	16
Висновки з Розділу I ...	24
<i>Розділ II. Емпіричне дослідження: методологія та результати.</i>	
2.1 Методологія дослідження...	26
2.2 Результати проведеного емпіричного дослідження ...	30
Висновки з Розділу II ...	51
<i>Висновки</i> ...	53
<i>Список джерел і наукової літератури</i>	

Вступ

Бізнес є необхідною базою для стабільного функціонування суспільства та соціально-економічної модернізації держави. Це провідний сектор економіки держав, який визначає темп їх економічного розвитку, а його ефективне функціонування дозволяє вирішувати ряд соціальних та економічних проблем. Тим не менш, для своєї ефективної роботи він вимагає відповідних умов, які передбачають залучення двох вимірів соціальної реальності: контексту, як врахування потенційних несприятливих кризових умов, та інституційного середовища, як відповідних правил гри, створених владою держави, в рамках яких бізнес може діяти.

Роль держави як інституції полягає в зовнішньо-політичному та соціальному захисту суспільства. Для цього необхідною є достатня кількість ресурсів, які досягаються значною мірою завдяки діяльності бізнесу. Новий контекст у вигляді нових кризових умов, викликаних повномасштабним російським вторгненням в Україну доводить значну актуальність теми. У 2020 р. увесь світ сколихнула пандемія COVID-19, яка торкнулась усіх сфер суспільного життя, викликавши раптову потребу пошуку нових рішень у взаємодії влади та бізнесу для підтримання функціонування економіки та держави загалом. В міру епідеміологічних та карантинних обмежень український бізнес став сектором економіки, який найбільше постраждав та потребував ефективної підтримки з боку держави. Не встигнувши оговтатись від коронакризи, українське суспільство стало свідком повномасштабного російського вторгнення, яке створило надскладну реальність для функціонування бізнесу. Український бізнес став певною мірою підтримкою для держави, адаптуючись під нові реалії та забезпечуючи значні ресурси для уможливлення функціонування економіки. Тим не менш, частина функцій підтримки економіки в умовах кризи делегується від власників бізнесів до уряду, який репрезентує їх у вигляді політики підтримки бізнесів під час кризи. Беручи до уваги це, держава має провадити ефективну політику підтримки, щоб створити відносно комфортні умови для функціонування цього соціального

інституту, не ускладнюючи його діяльність, а вилучені ресурси використовувати для наближення перемоги та відновлення держави.

Це обумовлює актуальність цього дослідження, оскільки для збереження країни та її економіки, необхідним є ефективність роботи обох інститутів як самостійно, так і побудова здорової взаємодії між ними, фундаментом якої мають стати цінності довіри, справедливості та відповідальності. Як і для владних структур, так і для підприємців малого, середнього та великого бізнесу, важливим є дослідження, яким є стан та потреби бізнесу, які нові моделі роботи використовують підприємці під час воєнного стану, в порівнянні з коронакризою, які заходи щодо підтримки бізнесу прийняла влада, та чи є вони ефективними. Зміни, з якими зіткнулось українське суспільство сьогодні є колосальними, однак виокремивши стратегії функціонування бізнесу в умовах кризи, підприємці зможуть краще орієнтуватись в змінах та якісніше адаптуватись до екстремальних умов, тоді як влада зможе ефективніше провадити політику підтримки бізнесу.

Для дослідження цієї теми необхідним є, перш за все, короткий огляд самого поняття “підприємництво” для загального розуміння його сутності та ролі в суспільстві, та співвіднесення його з поняттям “бізнес”. Водночас, важливим є розгляд стану, потреб та проблем бізнесу його взаємодії з владою в умовах кризи, створеної такими зовнішніми чинниками, як пандемія COVID-19 років та повномасштабним російським вторгненням. Врешті-решт, важливим аспектом функціонування бізнесу, з погляду соціології, є соціальна відповідальність. Оскільки соціальна відповідальність є важливою частиною участі бізнесу в соціальному житті, необхідним є звернутись до причин його затребуваності та наявним рівнем використання та перспективами для українського бізнесу та влади. Таким чином, рухаючись від виокремлення особливостей функціонування українського бізнесу та його взаємодії з державою, ми матимемо змогу зрозуміти поточні перешкоди для ефективної роботи, і власне, мати розуміння шляхів вирішення цих викликів. Врешті-решт, це може стати базою для подальших досліджень українського суспільства в

науковому середовищі та сприяти подальшому вивченню та вирішенню суспільних проблем.

Для ґрунтового аналізу цієї теми моя теоретична модель буде включати таку низку ключових змінних, як становище бізнесу, стратегії функціонування бізнесу та умови кризи. Власне становище бізнесу є збірним поняттям, яке дає змогу прослідкувати появу нових проблем, і як результат потреб бізнесу, оцінити та порівняти стан бізнесу під час різних криз. Ключовою змінною є поняття стратегії функціонування, які передбачають найбільш ефективні дії, які можна застосовувати в рамках роботи бізнесу, щоб створити комфортне середовище для підприємців та ефективну ланку бізнесу для держави. Врешті-решт, ще однією змінною є умови кризи, як такі, які передбачають огляд досвіду функціонування бізнесу та держави під час кризи епідемії коронавірусу в 2020-2021 рр. та кризи воєнного стану, спричиненого повномасштабним російським вторгненням 2022 р.

Це дослідження є інноваційним, пропонуючи нову оптику вивчення поточних проблем та нову перспективу їх вирішення. Унікальність дослідження полягатиме, перш за все, в методології, зокрема в поєднанні кількісного та якісного методу дослідження. З одного боку, в дослідженні буде виокремлено відповідні тенденції у функціонуванні бізнесу, з використанням кількісних методів, з іншого боку, дослідження передбачає використання мікро інструментарію - якісних глибинних інтерв'ю для зміщення фокусу з суспільства загалом на вивчення індивідуального досвіду. Другим аспектом дослідження є його об'єкт. В той час як переважна більшість вже проведених на цей момент досліджень досліджують думку виключно представників бізнесу, це дослідження передбачатиме також залучення представників Львівської міської ради, зокрема з управління економіки, управління інвестицій та проєктів, Центру підтримки підприємництва для можливості висвітлення точки зору, як підприємців, так і владних структур щодо роботи бізнесу в умовах кризи. Результати дослідження можна буде застосувати на практиці в рамках розвитку

ефективнішої взаємодії українського бізнесу з владою та можливістю якісного функціонування бізнесу в несприятливих кризових умовах.

Мета і завдання дослідження.

Зважаючи на опис проблемної ситуації, яка має місце сьогодні в Україні та власне актуальності цього дослідження, його метою є визначення **стратегій функціонування бізнесу України в умовах кризи**, завдяки проведенню емпіричного аналізу стану, потреб бізнесу та його взаємодії з владою в період епідемії та воєнного стану в Україні. Для досягнення цієї мети, було виокремлено низку **завдань**, які потребують вирішення:

- Визначити, якими є наукові підходи щодо визначення сутності поняття “підприємництво” та “бізнес”;
- З’ясувати теоретичні підходи до співвіднесення понять “підприємництво” та “бізнес”, та причини їх затребуваності в державі;
- Розробити визначення понять “бізнес” та “підприємництво”, опираючись на основні підходи до визначення цих понять в соціальних та поведінкових науках;
- Дати визначення поняттю “соціальна відповідальність”;
- З’ясувати причини затребуваності соціальної відповідальності для бізнесу та державної влади;
- Розглянути наявні дослідження щодо проблем українського бізнесу в кризових умовах, зокрема впливу пандемії та повномасштабного російського вторгнення на його роботу.
- Визначити докризові проблеми бізнесу, завдяки проведенню вторинного аналізу кількісної бази даних.
- З’ясувати, якими є проблеми функціонування українського бізнесу, фактори, що це визначають, та особливості взаємодії бізнесу з владою в кризових умовах, завдяки проведенню глибинних інтерв’ю.

- Визначити стратегії для ефективного функціонування бізнесу в умовах кризи, на основі виявлених проблем бізнесу, факторів їх роботи та особливостей взаємодії з владою.

Об'єкт:

за критерієм носія проблеми: підприємці, зайняті в малому, середньому та великому бізнесі, та представники Львівської міської ради, зокрема управління економіки, управління інвестицій та проектів та Центру підтримки підприємництва.

за критерієм загальної проблеми: сфера бізнесу України.

Предмет: стратегії діяльності, які використовує український бізнес для підтримки свого функціонування в умовах кризи.

Гіпотези:

Було виокремлено 14 гіпотез для подальшого дослідження:

1. Припускаємо, що становище бізнесу під час кризи визначається розміром бізнесу: в кризових умовах малий та середній бізнес страждає більше та потребує більшої підтримки від влади, аніж великий бізнес.
2. Припускаємо, що становище бізнесу під час кризи визначається галуззю бізнесу: бізнес-галузі, які втрачають свою актуальність для споживачів в кризових умовах страждають більше та потребують більшої підтримки від влади.
3. Припускаємо, що найбільшими проблемами українського бізнесу в період епідемії Covid-19 стали нестача попиту на ринку та нестача фінансів, в порівнянні з об'ємом статей витрат.
4. Припускаємо, що основними проблемами українського бізнесу під воєнного стану, на думку підприємців, стали податковий тиск, нестача працівників через мобілізацію чи міграцію за кордон.
5. Припускаємо, що в умовах кризи частина підприємців фізично не може бути соціально-відповідальним, оскільки не вистачає ресурсів для виживання їх власного бізнесу.

6. Припускаємо, що частина підприємців українського бізнесу не використовують практики соціальної відповідальності, через необізнаність стосовно суті цього поняття та його ролі в побудові розвиненої держави.
7. Припускаємо, що стратегіями ефективного функціонування бізнесу є побудова ефективної комунікація бізнесу з владою, а також соціально-відповідальна діяльність як бізнесу, так і влади, яка забезпечуватиме оперативне реагування на виклики, якісну державну підтримку, та сприятиме підтримці бізнесу без надмірного втручання та регуляції.

Розділ I. Теоретико-методологічна основа понять “підприємництво” та “бізнес”.

Вивчення підходів до визначення підприємництва є важливими з точки зору подальшого дослідження, оскільки це дає змогу зрозуміти сутність та особливості феномену, таким чином чітко окреслити об’єкт дослідження та створити уніфіковане його визначення для подальшого дослідження. Визначивши функції, якими підприємництво наділене в будь-якому суспільстві, таким чином визначивши його роль та причини затребуваності в сучасних країнах, ми можемо актуалізувати подальше дослідження та довести потребу вивчення цього соціального інституту, зокрема в українському суспільстві зараз.

1.1 Поняття “підприємництво” та “бізнес” в поведінкових науках: суть та співвіднесення понять; їх функції у суспільстві.

На сьогодні в соціології нараховується чимало підходів до вивчення такого феномену як підприємництво, а особливо до чіткого визначення понять “підприємництво” та “підприємець”. Консенсус щодо однозначних універсальних визначень цих понять досі не був досягнутий, тому для подальшого дослідження необхідно піддати порівнянню різні підходи до визначення цих понять та простежити, як вони еволюціонували протягом XVIII - XXI століть.

Вперше поняття “підприємець” та “підприємництво” почали теоретично осмислювати ще в XVIII столітті, розглядаючи їх в різних історичних умовах та підкреслюючи різні їх аспекти. Незважаючи на це, простежується акцентування науковцями на схожих елементах, які можна спостерігати у визначеннях інших, що дає змогу умовно сформулювати дві групи концепцій серед науковців - **“діяльнісну” концепцію** та **“особистісну” концепцію** визначення підприємництва. Якщо в першому підході акцентується виключно на діяльності підприємця як економічного актора, другий підхід визначень зосереджує увагу на особистісних рисах підприємця та ролі самореалізації, крім фінансової вигоди від ведення бізнесу.

Якщо розглядати “діяльнісний” підхід, в першу чергу, можна провести паралель з концепцією класичного підприємництва або “економічної людини”. Власне тут підприємець постає як раціоналізована людина з сильною мотивацією досягти цілей - по суті, раціоналізований егоїст, який переслідує лише власну вигоду та максимальну ефективність. Додається також здатність підприємця йти на ризик і працювати в постійних умовах ризику за винагороду у вигляді прибутку. (Дряхлов, Давыденко, 1996, с. 121) До цієї концепції визначення поняття “підприємець”, перш за все, можна віднести ірландсько-французького економіста Річарда Кантільйона, який вперше ввів “підприємець” поняття в науковий обіг ще в XVIII ст. Підприємцем він називав людину, яка працює в умовах економічної нестабільності з непередбачуваними цінами, тобто, має нефіксовані прибутки, і головне - готова працювати в умовах ризику. По суті, підприємець купує за певну ціну засоби виробництва для вироблення власного продукту і прагне його реалізувати з метою отримання доходу. (Кацьора, 2013, с. 64) Шотландський економіст Адам Сміт вказував, що підприємець керується самостійністю, раціональністю та егоїстичністю. (Костриця, 2011, с. 48). Більше того, він є ініціатором створення багатства, свідомо йде на ризик задля реалізації його ідей та максимізації прибутку. На думку, шотландського економіста підприємець сам розпоряджається ресурсами та результатами виробництва, планує та організує виробничий процес, а компенсацією за ризик вкладення його капіталу в справу є отриманий прибуток. (Тимофеев, 2010, с. 44). Англійський економіст Альфред Маршалл вважав прибуток підприємця своєю винагородою за постійний ризик, страх у виробництві, конкуренцію та стимулом для продовження підприємницької діяльності. (Костриця, 2011, с. 48). Поряд з “діяльнісним” підходом варто згадати бачення Карла Маркса. Для нього підприємець, в першу чергу - це капіталіст. Маркс розглядає підприємство та особу підприємця в чітких економічних рамках, поділяючи капіталістів на активних, тобто власне підприємців, які отримують підприємницький дохід, та капіталістів - кредиторів, які отримують процент від доходу завдяки власності певним капіталом, який

вони дають в займ. (Беленький, Паульман, 2012, с. 13) Розглядаючи більш новітні підходи до вивчення поняття “підприємець”, варто згадати вчення науковців ХХ-ХХІ ст. Пітер Друкер підприємцем вважав людину, яка бажає максимізувати свій прибуток, використовувати будь-яку можливість з найбільшою вигодою. (Прилуцька, 2012, с. 19). На думку сучасного дослідника З. Варналія, підприємництво постає як “самостійна, ініціативна, систематична діяльність господарюючих суб'єктів з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, яка здійснюється на власний ризик з метою одержання прибутку або власного доходу”. (Варналій, 2002, с. 25)

Згодом з еволюцією поняття “підприємництво”, відкриваються його нові функції та аспекти, акцентується на його інноваційній діяльності, а також наголошується на наявності багатьох особистісних характеристик в особі підприємця, які часом стають визначальними для можливості ведення підприємницької діяльності. Таким чином, можемо умовно сформулювати другий - “особистісний” підхід до визначення підприємництва, де видозмінюється також першочергова сутність самої підприємницької діяльності. Якщо спочатку науковці вбачали ціль підприємця в отриманні максимальної вигоди та максимізації прибутку, підприємництво розглядали лише з точки зору економічного підходу, то з часом фокус зміщується в бік внутрішніх характеристик та потреби реалізації своїх творчих ідей. Мотив підприємця до відкриття бізнесу не є настільки отримання прибутку, як потреба самореалізації, прагнення отримати свободу та незалежність, реалізувати свої ідеї та творчий потенціал. За словами соціологів Беленького і Паульмана, прибуток для підприємців стає тільки показником успішної реалізації своїх творчих ідей і можливістю продовжувати та збільшувати виробництво. (Беленький, Паульман, 2012, с. 16) До цієї концепції можна віднести, перш за все, Йозефа Шумпетера, який на відміну від Маркса, вбачав в підприємці економічного лідера, творця інновацій, людину яка здатна реформувати виробництво, завдяки застосуванню нових способів виробництва, створенню нових товарів, освоєнню нових ринків і т.д. “Бути підприємцем означає робити не те, що роблять інші, тобто інновації”

(Квасниця, 2012, с. 156). Карлоф Бенгт провів паралель між функціями капіталіста та підприємця і дійшов висновку, що якщо метою капіталіста є максимальний прибуток, то для підприємця – це реалізація своїх творчих ідей. (Беленький, Паульман, 2012, с. 16) Якщо звернутись до німецького соціолога Макса Вебера, то на відміну від Маркса, який приділяв увагу лише економічним чинникам, вважав приватну власність, як таку, якої потрібно позбутись через її експлуаторський характер та відчуження людини від плодів своєї праці, Вебер мав протилежне бачення поняття підприємництва. Пишучи про можливість модернізації, Вебер, перш за все, вбачає в приватній власності соціальну цінність, цілком позитивне явище, яке може перерости в матеріальне благо. Крім того, Вебер вбачає необхідність в трансформації людського мислення та менталітету від традиційності в сторону сучасності. (Гречко, 2000, с. 169) У своїй праці “Протестантська етика та дух капіталізму” Макс Вебер описує ідеальний тип підприємця - людину, якій властиві рішучість, скромність, наполегливість, відданість своїй справі. Для підприємця “нового типу” мірилом успіху є не отриманий прибуток, а відчуття виконаного обов’язку. (Кацьора, 2013, с. 64) Тим не менш, на відміну від Вебера, Вернер Зомбарт вважає, що багатство є важливим елементом сучасної підприємницької діяльності, у зв’язку зі зміною ціннісних орієнтирів підприємців, фокусуванні людей на власній справі та наживі подалі від особистісного аспекту. Підприємці в сучасному світі стають “рабами своєї справи”. (Дяченко, 2015, с. 120-121) У рамках вітчизняної економіки варто розглянути вчення Ю.Пачковського. В рамках його концепції, підприємництво розглядається як творча економічна діяльність, яка керується особистими вигодами підприємця. В рамках цього поняття важливими також є ідеї вітчизняного дослідника Пачковського, оскільки саме він акцентує увагу на понятті “соціальна відповідальність”, про яку дослідники підприємництва XVIII-XX століття згадували в меншій мірі. Власне, в рамках його вчення, егоїстичні міркування щодо ведення підприємництва мають змінитись співпрацею з державою і переведенням частини прибутків підприємців на розвиток інших сфер життя суспільства. (Кацьора, 2013, с. 65)

Отже, умовно сформувавши два підходи, зокрема “діяльнісний” та “особистісний” підходи до визначення поняття “підприємець”, ми можемо зробити висновок, що дві концепції мають достатні підстави для існування, а їх відмінність полягає в різних акцентах та особливостях, що підкреслюються в рамках підприємництва, ймовірно зумовлене різними історичними умовами, в часи яких науковці досліджували цей феномен, та актуальністю того чи іншого підходу. Якщо в першому випадку, ігнорується особистість підприємця, а фокус припадає тільки на його економічну функцію, то згодом акцент повертається до особистісних якостей особи-підприємця та неекономічних факторів підприємницької діяльності. Для подальшого дослідження, і з огляду на сучасні історичні умови, де дві концепції часто поєднуються, доцільним, буде об’єднання цих підходів в єдине інтегроване визначення поняття, яке ми використовуватимемо і надалі в ході дослідження. Отже, підприємцем є людина, наділеної специфічними особистісними характеристиками для ведення бізнесу, яка прагне більшої свободи та самостійності від держави та свідомо йде на ризик, задля реалізації своїх творчих ідей і вже завдяки цьому отримання прибутку в рамках виробництва, за роботу якого вона є відповідальною.

Тим не менш, в рамках подальшого дослідження бізнесу, важливим є розуміння, яку роль відіграє цей соціальний інститут в суспільстві, та які функції виконує в державі. Для виокремлення функції підприємництва в суспільстві, варто звернутись до сучасних дослідників економіки та соціології, які сформулювали більш актуальні для сучасних суспільств завдання підприємництва, аніж теоретики-класики. Власне науковець А.В. Тимофіїв виділяє 5 функцій підприємництва. Перш за все, це економічна, під якою розуміється участь підприємництва в суспільному виробництві, задоволенні суспільних виробничих потреб, та формуванні частини внутрішнього валового продукту будь-якої держави. Ресурсна функція підприємництва проявляється у виробленні фінансових, кадрових та інших ресурсів, забезпеченні певного рівня зайнятості населення. Новаторська функція забезпечує випробування новітніх ідей технології виробництва, збуту продукції, організації виробництва і т.д. Не

менш важлива соціальна функція відповідає за формування середнього класу країни, формуванні нової економічної моделі поведінки, можливості отримання доходу та самореалізації. Врешті-решт, організаторська функція проявляється в подальшому розвитку осіб-підприємців та їх виробництв. (Тимофеев, 2010, с. 43-44) Ще один науковець Г. Коржов вказує, що підприємництво сприяє динамізму, підвищенню національної конкурентоспроможності та зміцненню моделей соціальних відносин, завдяки можливості самореалізуватись розвивається особистісний рівень підприємця. Підприємництво постає як ефективний механізм соціально - економічної модернізації, сприяє формуванню здорового конкурентного середовища та пропонує легітимні моделі досягнення успіхів для населення, завдяки нормативно-ціннісним орієнтирам, як от чесної конкуренції, відповідальності, а з іншого боку інноваційності, самостійності та ризику. (Коржов, 2018, с.53) Отже, функції підприємництва чітко пов'язані з підходами до визначення поняття “підприємництво”, які ми виділили раніше. Якщо деякі функції передбачають зосередженість на безпосередній діяльності підприємця, кількісних показниках, як от рівень суспільного виробництва, рівня зайнятості населення чи фінансових ресурсів, то інші передбачають якісну складову підприємництва - інновації, творчість та розвиток підприємця. Це доводить актуальність інтегрованого визначення поняття “підприємець” та потребу дослідження підприємництва, на кшталт виконання своїх ключових функцій на прикладі українського суспільства в кризових умовах.

Тим не менш, поняття “підприємництво” в сучасній економічній сфері часто заміщують поняттям “бізнес” і навпаки. Важливим, є зрозуміти, чи є справді вони взаємозамінними та чи коректним є їх ототожнення в подальшій роботі. В статті “Підприємництво та бізнес: трансформація співвідношення категорій в еру інформатизації” авторка вказує, що ототожнення понять відбувається через відсутність тлумачення поняття “бізнес” на законодавчому рівні в Україні. Тим не менш, питання уніфікації понять є критично важливим для України як в глобальному контексті для перспективи європейської інтеграції, так і в локальному - для якісного подальшого дослідження феномену

підприємництва, зокрема виокремлення доцільних стратегій його функціонування в українському суспільстві в рамках цієї роботи. (Калаченкова, 2020, с.15)

Перш за все, поняття “підприємництво” в Господарському кодексі України є закріплене з наступним тлумаченням: “самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб’єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку” (Господарський Кодекс України; ст.3; с.2; 2003). В рамках того, що уніфіковане поняття “бізнес” досі не є легалізованим в законодавстві, науковці вдаються до трьох стратегій тлумачення цього поняття: їх ототожнення, тлумачення бізнесу, як ширшого поняття, ніж підприємництво, тлумачення підприємництва як ширшого поняття, ніж бізнес. Важливою, з огляду на це, є точка зору К.Калаченкової, яка вказує на те, що всі підприємництва є бізнесом, однак не всі бізнеси є підприємництвом. Авторка розглядає бізнес, як ширше поняття за своєю природою, метою якого є отримання прибутку. Воно включає дії не лише суб’єктів господарювання, але й найманих працівників, споживачів та владних структур. Крім того, бізнес стосується більшої кількості видів діяльностей, ніж підприємництво, яке в свою чергу здійснюється тільки за дозволеними законодавством видами. Тим не менш, навіть в законодавстві України, а саме низці постанов та розпорядженнях Кабінету міністрів України поняття “бізнес” є взаємозамінним з поняттям підприємництва. (Калаченкова, 2020, с.17). Таким чином, в подальшій роботі, поняття “бізнес” буде використовуватись поряд з поняттям “підприємництво”, з огляду на те, що будь-яку підприємницьку діяльність можна назвати бізнесом, більше того, через включення в аналіз інших суб’єктів, а саме владних структур, взаємодія з бізнесом яких є важливою в рамках подальшого аналізу.

1.2 Становище бізнесу України в умовах кризи: проблеми під час епідемії та воєнного стану; його взаємодія з владою.

Перш ніж перейти до опису проблем бізнесу в умовах кризи, важливим є розглянути поняття соціальної відповідальності, на якому неодноразово акцентували науковці, досліджуючи підприємництво. Порівняння застосування сучасною українською владою та бізнесом принципів цього поняття в своєму функціонуванні з стандартами соціально-відповідальної держави дозволяє простежити особливості взаємодії бізнесу та держави в Україні та виокремити ефективні стратегії функціонування підприємництва в Україні. Соціальну відповідальність ми розглядатимемо в рамках наукових напрацювань О.А.Грішної, яка подає найоптимальніші для нашого дослідження визначення.

Перш за все, соціальна відповідальність постає як “сумлінне, відповідальне ставлення людини, посадової особи, органу державної влади, підприємства чи організації до своєї діяльності”. (Грішнова, 2014, с. 41) Важливість застосування цього поняття владою та бізнесом полягають, по – перше, в формуванні сприятливого середовища для соціально-економічного зростання, зокрема підприємницької діяльності, по – друге, в можливості сталого розвитку суспільства та протидії його кризам, як от бідності чи нерівності, а також в соціальній згуртованості та закріплення таких цінностей як чесність, совість, справедливість та обов’язок. (Грішнова, 2014, с. 42-43) Розглядаючи соціальну відповідальність в рамках державної влади, основним її проявом є ефективне управління державою, яке сприятиме всебічному розвитку всіх сфер суспільства: покращення стандартів життя населення, відкритість та прозорість дій, звітування перед громадськістю та виконання своїх зобов’язань перед народом. (Грішнова, 2014, с. 41) Більше того, держава має створити справедливі умови ведення діяльності суб’єктами країни та не менш справедливую систему контролю за виконанням населенням всіх зобов’язань. (Грішнова, 2011, с.5) У рамках відносин з державою, соціальна відповідальність бізнесу проявляється у чесній сплаті податків та внесків до соціального страхування, дотримання чинного законодавства та норм ведення бізнесу,

уникнення корупції та прозорості своїх фінансів. Поняття відповідальності є визначальним в побудові відносин між бізнесом та державою, адже саме завдяки йому обмежується зловживання апаратними структурами владою та створюються адекватні рамки для ведення підприємницької діяльності. (Грішнова, 2014, с. 45) Водночас найбільшого ступеня соціальної відповідальності можна досягти у випадку, не лише виконання своїх обов'язків, а в усвідомленні важливості цього. (Грішнова, 2014, с. 42) Таким чином, можемо припустити, що частина підприємців українського бізнесу не використовують практики соціальної відповідальності, оскільки вони не є обізнані стосовно суті цього поняття та рівня його затребуваності для побудови розвиненої держави.

Власне в рамках функціонування бізнесу в Україні, Центр громадської експертизи спільно з Центром міжнародного приватного підприємництва у 2014 р. виділили чимало проблем його роботи. Ми можемо умовно сформулювати дві групи таких труднощів - проблеми, пов'язані з ринком та попитом на товар, і група проблем, пов'язаних з неефективною взаємодією з владою. Г.Г.Старостенко та Ю.В. Кісіль до першої групи проблем відносять низький попит та кризу збуту товарів через зниження реальних доходів населення. Натомість друга група проблем є значно ширшою. Сюди відносяться, в першу чергу, нерівноправність відносин з владою у вигляді незбалансованих прав та обов'язків кожних, невірноваженої відповідальності з обох сторін. Це проявляється у розмитому визначенні повноважень влади, що нерідко призводить до численних зловживань нею, а також в нечітко визначених заходах державного контролю, що створює надмірний адміністративний тиск, застосуванні необґрунтованих перевірок чи інших адміністративних втручань. Іншими проблемами є податковий тягар підприємців, поширеність корупції серед влади, що збільшує зневіру серед підприємців, змушує використовувати нелегальні засоби існування та переходити в тінізацію. Не менш важливими проблемами є неефективність механізму захисту прав та інтересів бізнесу, що в свою чергу зменшує довіру підприємців до влади, а також надмірна зарегульованість діяльності влади, що проявляється у великій кількості

невиправданих, в плані ефективності, вимог та обмежень для підприємців. Іншими проблемами, з якими стикаються підприємці, є складність податкової звітності, упередженість судів при розгляді скарг, високі ціни на енергоносії та сировину. (Рубановський, Ходько, Балдич & Чорній, 2014. с. 4-6) Проблемою, яка гальмує розвиток бізнесу є також погана скоординованість дій влади в підтримці малого та середнього бізнесу, наявність чималої кількості протиріч в самих рішеннях влади. (Старостенко, Кісіль, 2017, с. 1) На думку Г.М.Мадриги, основними проблемами визначає відсутність узгодженості в діях центральної та місцевої влади, слабке фінансування бізнесу. (Мадрига, 2013, с. 163) Відсутність фінансової підтримки від держави у вигляді доступних кредитів є не менш важливим бар'єром на шляху розвитку бізнесу. (Ситник, 2018, с. 85) Натомість невідкладними реформами держави є обмеження адміністративного втручання держави, загальне спрощення умов ведення підприємницької діяльності, забезпечення відповідного правового захисту, зменшення рівня корупції та підвищення прозорості надання адміністративних послуг органами влади. (Рубановський, Ходько, Балдич & Чорній, 2014. с. 7-10)

У 2020 р. фактором, який докорінно змінив суспільні процеси та створив нову соціальну реальність, стала пандемія, спричинена COVID-19. Практично всі країни світу запровадили карантинні заходи для стримування поширення пандемії, що включало в себе заборону на проведення масових заходів, закриття кордонів, шкіл та університетів, заборону роботи непродовольчих закладів, а саме закладів харчування, торгівлі та обслуговування і т.д. Як результат, економічна ситуація країн помітно погіршилась, тоді як найбільш негативний вплив зазнав бізнес, який став найбільш вразливим сектором економіки до проти епідеміологічних обмежень, опинився на межі банкрутства або цілковитого закриття. (Клочко, 2021, с. 40-43). Дані Міжнародної організації праці вказують, що станом на 2021 рік близько 436 мільйонів підприємств в світі знаходились на межі банкрутства. (Василенко, 2021, ст.79) Головними тезами, на яких базувались програми підтримки бізнесу в світі в час значних карантинних обмежень стали потреба в зменшенні податкового навантаження, наданні

фінансової підтримки та контролюванні рівня безробіття через запобігання скорочення найманих працівників. З огляду на заходи, проведені українським урядом, задля економічної підтримки бізнесу, ключовими стали, перш за все, тимчасове звільнення підприємців спрощеної системи оподаткування від сплати Єдиного соціального внеску на період з березня по квітень 2020 р., тимчасова відмова від штрафів за несвоєчасне сплату ЄСВ та подання податкової звітності, а також одноразова допомога підприємцям у розмірі 8000 грн. (Клочко, 2021, с. 40-43) Водночас, посилюється контроль правоохоронних органів за дотриманням карантинних норм та суспільного порядку на час карантинних обмежень, що проявилось у десятках тисяч повідомлень про їх порушення. (Гусаров, 2021, с. 28-29) Більше того, через інфляційні процеси в державі, значно зросли тарифи на комунальні послуги. Саме коронакриза сильно вплинула на роль бізнесу в суспільстві, зокрема українському, створивши значний тиск не лише на уряд країни, а й на все суспільство, провокуючи довгострокові наслідки та потребу відповідної суспільної реакції. (Brammer, LinnenLuecke & Branicki; 2020; p.27)

Для розгляду статистичних показників, динаміки стану та потреб бізнесу в період пандемії ми використаємо дані дослідження думки підприємців щодо ситуації в бізнесі під час пандемії, проведеного платформою SheExports, дослідницькою компанією Gradus Research та аналітичним центром Advanter Group у жовтні 2020 р. Серед опитаних респондентів були представники як малого та середнього, так і великого бізнесу. Перш за все, більше половині (52%) підприємцям стало складніше вести бізнес, аніж в 2019 р., тоді як “трохи складніше” аж третині (30%). Більшість підприємців малого, середнього та великого бізнесу були повністю незадоволеними або скоріше не задоволеними станом свого бізнесу (20% та 37% відповідно). Найчастішими проблемами, з яким зіткнувся бізнес під час пандемії COVID-19 стали зниження попиту на внутрішньому ринку (42%), обмеження щодо ведення бізнесу (32%), нестача фінансів (31%) та обмеження руху громадського транспорту (31%). Більше того, з появою та збільшенням масштабів пандемії підприємцям стало важко виплачувати ряд статей витрат. Серед них оплата праці працівникам та ЄСВ

(28%), оренда (22%) та підтримка операційної діяльності бізнесу (16%). Тим не менш, в складних умовах карантинних обмежень під час пандемії аж 40% бізнесу зазначили, що їх бізнес неможливо трансформувати в діджиталізований. (Gradus research, 2020, с.7-32) Таким чином, можемо припустити, що найбільшими проблемами бізнесу в період епідемії стали нестача попиту на ринку та нестача фінансів, в порівнянні з тим об'ємом статей витрат, які бізнес був повинен оплачувати. Важливим показником є також спроможність бізнесу забезпечити працівникам відповідні до карантинних заходів умови праці. Лише трохи більше половини підприємців (54%) могли забезпечити дотримання умов санітарної безпеки (санітайзери та маски), менше половини (44%) соціальну дистанцію для працівників, лише 6% бізнесу був спроможний забезпечити регулярне тестування на COVID-19 співробітників, що працюють в офлайн форматі. (Gradus research, 2020, с.29). По суті, навіть якщо бізнес хоче бути соціально-відповідальним, він не завжди має достатньо ресурсів, щоб залишатись таким, оскільки умови існування є надто складними. Можемо припустити, що бізнес фізично не має змоги бути соціально відповідальними в умовах кризи.

Ледь встигнувши оговтатись від масштабної коронакризи українське суспільство наштовхнулось на нову кризу, спричинену повномасштабним російським вторгнення 2022 р., яке спровокувало появу абсолютно нових викликів для українського суспільства та українського бізнесу зокрема, створивши нові проблеми та потреби під час воєнного стану. Важливим є огляд оцінки стану бізнесу в цей період, його настрої, потреби та перспективи для стимулювання, спираючись на проведені дослідження та експертні інтерв'ю в рамках цієї тематики.

Як свідчать дані опитування Європейської Бізнес Асоціації, станом на березень 2022 р. лише 17% компаній працювали в повному обсязі, 16% працювали з обмеженою географією, тоді як кожен третій бізнес не працював. (Європейська Бізнес Асоціація, 2022). Компаніям, що працюють в сфері послуг та орієнтуються на іноземних клієнтів, а також представникам креативних

професій було легше релокуватись та відновити свою роботу у відносно безпечних місцях. Водночас аграрним компаніям, логістичним та виробничим було значно складніше, через територіальну прив'язаність та обмежену мобільність. Таким чином, можемо припустити, що становище бізнесу під час кризи визначається двома факторами: розміром бізнесу та галуззю, в якій він функціонує. Власне, малий та середній бізнес страждають більше в умовах кризи та потребують більшої підтримки від влади, аніж великий бізнес. Так само ті бізнес-галузі, товари яких втрачають актуальність на час кризи потребуватимуть більшої підтримки від влади через значніше погіршення їхнього становища, на відміну від бізнесів інших галузей.

Як свідчать дані дослідження Gradus Research “Діагностування стану українського бізнесу під час повномасштабної війни росії з Україною”, станом на березень 2022 р. лише 13% бізнесу працювало, як і раніше, тоді як близько 85% підприємств зазнало змін у вигляді режиму часткової роботи або припинення функціонування бізнесу як такого. Однією з стратегій виживання бізнесу стала галузева трансформація, до якої вдалися станом на березень вже 37% підприємств. Серед основних труднощів, з яким зіткнувся український бізнес стали недостатність замовлень (50%), проблеми з логістикою(29%), нестача сировини(21%), оплат виконаних замовлень (20%) та працівників (17%). Найбільшою популярною сферою бізнесу, тим не менш, стала роздрібна торгівля харчовою та нехарчовою продукцією, а також ІТ-сфера. Врешті-решт, криза воєнного стану призвела до фінансових труднощів українського бізнесу – 39% бізнесу не можуть виплачувати заробітну плату працівникам, 29% - не можуть виплачувати постачальникам. (Gradus Research, 2022, с.4-7) Таким чином, можемо припустити, що ключовими проблемами під час воєнного стану могли стати податковий тиск, а також питання мобілізації та міграції населення за кордон.

Вартим уваги є дослідження Advanter Group спільно з Центром розвитку інновацій та Офісом розвитку підприємництва та експорту про стан та потреби бізнесу під час воєнного стану, опитавши як представників бізнесу, так і місцеву

владу. Згідно з результатами дослідження, станом на травень-червень 2022 р. оцінка стану бізнесу відрізнялась серед представників місцевої влади та представників власне бізнесу. Якщо на думку підприємців близько 50% підприємств призупинили різною мірою роботу, то серед представників влади цей показник сягає лише 3%. Так само представники місцевої влади більшою мірою переконані, що бізнес протягом наступних місяців 2022 р. буде працювати на 50-80%, тоді як прогнози підприємців щодо діяльності бізнесу варіюються від “не більше 20% від потужності 2021 року” до 20-50% роботи. Можна зробити висновок, що бачення та прогнози місцевої влади та представників бізнесу суттєво відрізняються, а саме, оцінки місцевої влади є більш оптимістичні, ніж представників бізнесу. (Децентралізація, 2022)

На цей момент держава намагалась впровадити заходи, які б сприяли підтримці бізнесу в кризові часи. Серед них можливість для підприємців сплачувати єдиний податок, який б складав 2% від обороту бізнесу, програма безвідсоткових кредитів, в рамках програми “5-7-9” та програма “ЄРобота”, в межах якої надаватимуться гранти на запуск чи розвиток власної справи. В рамках інтерв'ю УНІАН керівниця Європейської Бізнес Асоціації Анна Дерев'янка вказує, що необхідними є запровадження додаткових стимулів для підприємців. Зокрема, ідеться про потребу відсутності фіскального тиску на підприємців для якісної взаємодії перевіряючих органів з бізнесом, фінансова підтримка для мікро- та малого бізнесу, менша бюрократизованість державних програм та спрощення їх подачі для підприємців, а також ресурсна чи податкова підтримка від держави. Крім того, ключовою проблемою власне взаємодії бізнесу та влади під час воєнного стану, на думку експертки, залишається недостатня оперативність реакції влади на противагу швидкості виникнення проблем, які унеможливають функціонування бізнесу. Це стосується як швидкості реагування центральної, так і місцевої влади. (УНІАН, 2022) Власне, аналізуючи стратегії функціонування ланки бізнесу в країні з боку як бізнесу, так і представників владних структур, ми можемо припустити, що такими ключовими стратегіями постає ефективна комунікація та взаємодія з владою, а

також використання інститутами бізнесу та влади соціально-відповідальних практик, що полягатиме в чесній роботі бізнесу з боку підприємців, та швидке реагування на проблеми, якісну державну підтримку без надмірного втручання та регуляції з боку владних структур.

Отже, в Україні проводилась низка досліджень стосовно оцінки стану, потреб бізнесу до коронакризи, під час епідемії та під час воєнного стану. Статистичні дані підтверджують актуальність вивчення цього сектору економіки, однак їх не є достатньо, щоб виокремити ефективні стратегії функціонування бізнесу. Ефективна робота бізнесу - це поєднання декількох вимірів соціальної реальності - контексту, у вигляді специфічних умов існування, а також інституційного середовища, яке гарантується владними структурами. Таким чином, важливим є детальніше дослідження саме взаємодії бізнесу з владою в кризових умов, щоб простежити очікування та практики цих двох соціальних інститутів стосовно один одного, оцінити ефективність їх поточного стану взаємодії, та, як результат, сформувані якісні стратегії щодо функціонування бізнесу, які двосторонньо відображатимуть реалії, можливості та бачення, як і бізнесу, так і владних структур. На цей момент, єдиними дослідженнями, який включали державні структури в свій аналіз стосувались виключно оцінки стану бізнесу, що, тим не менш, не є достатнім для покращення взаємодії цих інститутів, і як результату, покращення роботи бізнесу, який напряму залежить від політики та підтримки з боку влади.

Висновки з Розділу I

В рамках соціології та економіки можемо спостерігати два підходи до вивчення підприємництва: підприємець як економічна одиниця, яку намагаються вивчати без впливу будь-яких моральних, культурних та особистісних характеристик та підприємець як особистість з власними рисами, які реалізуються в процесі підприємницької діяльності. Поняття “підприємництво” ми визначатимемо як самостійну, ініціативну діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, яка здійснюється на власний ризик з метою реалізації свого творчого потенціалу та, як результат, одержання доходу.

Натомість теорії науковців щодо функцій підприємництва є досить дотичними одні з одним, проте мають певні відмінності у виокремленні функцій та формулюванні їх суті. Незважаючи на це, можна виділити дві призми, крізь які дослідники розглядають функції підприємництва. Це бачення з точки зору макрорівня або мікрорівня. В рамках вищезгаданих теорій, бачимо, що причини затребуваності підприємництва можуть розглядатись на рівні держави. Власне в рамках більшості підходів науковців, підприємництво відіграє найбільшу роль саме на системному рівні - в межах підтримки конкурентоспроможності інститутів та рівня зайнятості населення, використанні науково-технічних досягнень та соціально-економічного розвитку держави загалом. Натомість з точки зору мікрорівня, функції підприємництва можуть розглядатись в особистісному контексті, який також згадують як класичні, так і сучасні дослідники. Підприємництво тут постає як можливість реалізації творчих ідей з можливістю отримувати з цього прибуток. В межах узагальнення всіх вищезгаданих функцій, можна зафіксувати, що функцією, яка перегукується найчастіше не лише в сучасних дослідників, а й в теоретиків - класиків, які неодноразово акцентували на ній, є інноваційна. Вона визначається всіма без винятку дослідниками, як одна з основних, оскільки постає як можливість виходу підприємництва за рамки державного апарату, де все розвивається за законами шаблонності. Підприємництво постає як щось цілком відмінне від

нього, як готовність йти на ризик та випробовувати нові способи виробництва, товари, джерела сировини, ринки збуту і т.д.

Тим не менш, підприємництво в Україні за останні роки зазнало наслідків вже двох масштабних криз, зокрема пандемії COVID-19 та воєнного стану, спричиненого повномасштабним російським вторгненням. Обидві кризи створили нові виклики для бізнесу, які потребували як абсолютно нових рішень від підприємців для їх якісної адаптації до нових умов, так і сприятливого інституційного середовища, у вигляді ефективної політики підтримки бізнесу від держави. З огляду на умови кризи, різні бізнеси в різний спосіб пристосовуються до кризових умов, відповідно потребують різні стратегії підтримки від влади. Власне умови кризи ще більше актуалізували питання ефективної взаємодії бізнесу та влади та соціальної відповідальності цих соціальних інститутів. Суспільство зіткнулося з колосальними змінами, і важливим постає питання підтримки функціонування держави та вихід з поточної кризи воєнного стану з якнайменшими втратами, для бізнесу зокрема.

Натомість, соціальна відповідальність в Україні поки не має можливостей розвитку та значного використання через низку проблем взаємодії держави з бізнесом та суспільством. Саме держава, в першу чергу, має стати прикладом для суспільства та утверджувати ефективність та вигідність соціально – відповідальної поведінки. Необхідним для держави, в цьому випадку є відповідально виконувати зобов'язання, які прийняті, як в рамках справедливості та чесності, так і в інтересах народу та потреб підприємців зокрема. Однаково для бізнесу, малого, середнього чи великого, важливим є безумовне дотримання своїх обов'язків перед державою та виконанням вимог законодавства для ефективної взаємодії з державою. Деформація хоча б однієї ланки соціально-відповідальної взаємодії призведе до нівеляції всього механізму ефективної взаємодії. Саме тому побудова відносин бізнесу та держави має опиратись на взаємну соціальну відповідальність, усвідомлення її важливості та практичне застосування для підвищення рівня добробуту населення та соціально-економічного розвитку держави.

Розділ 2. Емпіричне дослідження: методологія та результати.

2.1 Методологія дослідження

В моїй роботі є декілька ключових понять, які були теоретично інтерпретовані та використовувались в ході аналізу результатів дослідження. Зокрема, такими поняттями є **стратегії функціонування бізнесу, становище бізнесу та умови кризи**. Тим не менш, для можливості подальшого дослідження, необхідним було провести операціоналізацію вищезгаданих понять, щоб трансформувати теоретичні значення в емпіричні індикатори, які надаватимуться для емпіричного дослідження. Збір необхідної соціологічної інформації відбувався завдяки **поєднанню двох методів збору інформації - глибинних інтерв'ю та кількісного дослідження**, та включення ключових емпіричних показників в хід їх проведення. Власне, з огляду на методи цього дослідження, деякі ключові змінні були представлені у вигляді як якісних, так і кількісних показників, які дозволяють дослідити предмет дослідження.

Таким чином, **поняття “становище бізнесу”** ми змогли емпірично дослідити, за допомогою збору соціологічної інформації про динаміку стану українського бізнесу під час коронакризи та воєнного стану, опису ключових проблем бізнесу під час кризи та потреб, які залишились незакритими, навіть за підтримки бізнесу владою. Крім того, важливим є емпіричний якісний показник, який полягає в описі оптимального становища українського бізнесу як ефективної ланки економіки в державі. Це надало змогу краще зрозуміти, яким є поточне становище, в порівнянні з його бажаним виглядом для підприємців та влади. Становище бізнесу також було досліджене, завдяки кількісному показнику на базі вторинних даних, зокрема через проблеми, з якими ймовірно бізнес зіштовхувався зараз або в минулому.

Соціологічна інформація щодо **поняття “умови кризи”** була зібрана за допомогою аналізу питань, пов'язаних з порівнянням динаміки відповідних показників - стану бізнесу, ефективності політики влади і т.д, на прикладі двох криз - коронакризи 2020-2022 рр. та кризи воєнного стану в Україні 2022 р. Це надало змогу проаналізувати, яких саме змін зазнало українське суспільство, які

нові виклики постали перед ним в умовах двох криз, та зрозуміти головні аспекти функціонування українського бізнесу для більш ефективної роботи у випадку потенційних майбутніх криз. Важливим було розуміння обмеження дослідження. Оскільки війна триває вже 9 рік, частина бізнесу вже зіткнулась з проблемами, викликані війною, які тривали і під час приходу пандемії. Тим не менш, фокус цього дослідження полягатиме саме на кризі воєнного стану 2022 р., оскільки саме цей період характеризується масштабними та кардинальними змінами для бізнесу, незалежно від його територіального розміщення.

Врешті-решт, **поняття “стратегії функціонування бізнесу”** було досліджене на основі двох показників, які описують бажані дії від влади чи представників бізнесу в умовах кризи. Оскільки соціальний інститут бізнесу функціонує в рамках певних інституційних правил, сформованих владою країни, важливим було дослідження, як можна покращити взаємодії інститутів бізнесу та влади в Україні. Таким чином, двосторонній аналіз бажаних дій щодо роботи цих двох інститутів допоміг зрозуміти, як бізнесу реально продовжувати функціонувати в умовах кризи, та як саме взаємодія бізнесу та влади має розвиватись в українському суспільстві.

Дослідження було проведено за допомогою **поєднання якісних та кількісних методів дослідження, зокрема, завдяки проведенню низки якісних глибинних інтерв'ю та вторинного аналізу кількісної бази даних.** Це сприяло можливості дослідження проблеми, як з мікро-, так і макроперспективи. Зокрема, вторинний аналіз кількісного дослідження допоміг дослідити, якими є суспільні тенденції щодо ситуації бізнесу в умовах кризи з структурної точки зору. Глибинні інтерв'ю, в свою чергу, допомогли змістити фокус на дослідження окремих індивідів та унікальних індивідуальних факторів взаємодії, що є особливо важливим, зокрема, у випадку вивчення умов кризи. Дослідження, як з мікро-, так і макро рівня дозволило репрезентувати реальність двосторонньо - дані в такому випадку є більш надійними, оскільки включають як стійкі закономірності, які піддаються генералізації, так і вивчення нетиповостей, що сприяли підтвердженню наявних тенденцій або відкриттю

нових деталей взаємодії. Саме в рамках теми бізнесу в умовах кризи, комплексний підхід, який полягає в поєднанні кількісних та якісних методів був найбільш доцільним, щоб отримати релевантні та цінні результати, які включатимуть, як інтерпретацію з мікрорівня, так і співвіднесення з ширшими процесами суспільного життя.

В рамках вторинного кількісного дослідження ми використовували дослідження “Сімейний бізнес в Україні: особливості започаткування, ведення та передачі наступним поколінням”, яке у 2019 р. провела Соціологічна агенція “Фама” спільно з Центром сімейного бізнесу Львівської бізнес-школи УКУ¹.

Вибірка кількісного дослідження складала 61 респондент, які є представниками сімейного бізнесу та проживають на території Львівської, Івано-Франківської чи Київської областей. Кількісне дослідження несло за собою **ознайомлювальну мету** - зокрема, огляд, якими були проблеми станом на 2019 рік, та перевірка, чи змінились вони з умовами кризи та чи існують там певні залежності. Оскільки дослідження проводилось лише в межах сімейного бізнесу Львівської, Івано-Франківської та Київської областей, дослідження слугувало лише додатковим джерелом інформації, пропонувало огляд загальних тенденцій до коронакризи та кризи воєнного стану та несло виключно розвідувальну мету. Таким чином, гіпотези для розвідувального дослідження не були передбачені.

В рамках якісного дослідження вибірка складала 7 респондентів, причому з них троє респондентів - представники Львівської міської ради. Для дослідження були проведені експертні інтерв'ю з представниками декількох управлінь міської ради, які спеціалізуються на роботі з бізнесом. Зокрема, це Центр підтримки підприємництва; управління економіки, яке займалось підтримкою - інвестиційною, компенсаційною та ваучерною для релокованого та локального бізнесу Львівської громади; управління інвестицій та проектів, яке займалось підтримкою бізнесу під час коронакризи та підтримкою релокованого

¹ Висловлюємо подяку директорці Соціологічної агенції “Фама” за надану базу дослідження та супровідну документацію.

бізнесу під час воєнного стану. Для дослідження було обрано проведення інтерв'ю з представниками саме Львівської міської ради з причини можливості отримання повної інформації щодо ситуації з бізнесом. Власне, місцева влада Львівської області має значний досвід співпраці як з локальним, так і з релокованим бізнесом, а тому є обізнаною в їхній ситуації під час воєнного стану. 4 інтерв'ю було проведено з представниками українського бізнесу. Зокрема, 1 інтерв'ю з представником великого бізнесу будівельної галузі, який нараховує на цей момент три виробничі заводи на території Західної та Центральної України; 1 інтерв'ю з представником середнього бізнесу, у галузі роздрібної торгівлі взуттям, мережа магазинів якого зосереджуються в Західній та Центральній Україні; 2 інтерв'ю з представниками малого бізнесу - в галузі роздрібної торгівлі взуття в Західній Україні та роздрібної торгівлі товарами ручного виробництва, який через несприятливі умови в Україні був відкритий в Польщі. Дослідження як думки представників місцевої влади, так і позиції українських підприємців надало змогу отримати найбільш повні дані, які відобразатимуть бачення обох соціальних інститутів. Таким чином, ми отримали можливість сформулювати якісні та релевантні стратегії для бізнесу, які сприятимуть його кращій роботі та більш ефективній взаємодії з владою в умовах потенційних подальших криз.

2.2 Результати проведеного емпіричного дослідження

З використанням бази дослідження соціології агенції “Фама”, ми провели ієрархічний кластерний аналіз змінних, виявивши, з якими викликами бізнес стикався, і які групи проблем можна в результаті цього виділити. Ми отримали **5 кластерів та утворили 5 інтегрованих показників індексів цих проблем**². Загалом за півроку до пандемії COVID-19, зокрема у 2019 р., бізнес озвучував такі проблеми:

- **Кластер “Політичні проблеми”**, куди потрапили змінні 11.1.Політична нестабільність у державі; 11.2.Зміни законодавчої бази; 11.3.Високе податкове навантаження; 11.4.Тиск чи перевірки контролюючих органів; (α Кронбаха дорівнює **0.748**)
- **Кластер “Ринкові проблеми”**, до яких увійшли змінні 11.8.Висока конкуренція на ринку послуг; 11.9.Втрата колишніх ринків збуту; 11.10.Підвищення вартості енергоносіїв; 11.11.Коливання курсу валют; 11.15.Саботування працівниками поставлених керівництвом завдань; (α Кронбаха дорівнює **0.627**)
- **Кластер “Кадрові проблеми”**, куди потрапили змінні 11.12.Брак кваліфікованих кадрів та 11.14.Висока плінність кадрів; (α Кронбаха дорівнює **0.455**)
- **Кластер “Попит споживачів”**, куди увійшли змінні 11.6.Зниження прибутковості бізнесу; 11.7.Зменшення товарообігу / кількості замовлень послуг; (α Кронбаха дорівнює **0.700**)

² Змінними стали **15 змінних - перелік, проблем, з якими бізнес зіштовхувався в минулому або зараз (станом на 2019 рік)**. Серед них 11.1.Політична нестабільність у державі; 11.2.Зміни законодавчої бази; 11.3.Високе податкове навантаження; 11.4.Тиск чи перевірки контролюючих органів; 11.5.Непрозоре прийняття рішень владними установами; 11.6.Зниження прибутковості бізнесу; 11.7.Зменшення товарообігу / кількості замовлень послуг; 11.8.Висока конкуренція на ринку послуг; 11.9.Втрата колишніх ринків збуту; 11.10.Підвищення вартості енергоносіїв; 11.11.Коливання курсу валют; 11.12.Брак кваліфікованих кадрів; 11.13.Зростання вартості праці; 11.14.Висока плінність кадрів; 11.15.Саботування працівниками поставлених керівництвом завдань; **Distance measure - euclidean. Clustering method - ward.D2. Надійність індексів вимірювалася завдяки коефіцієнту Cronbach's a та коефіцієнту Cronbach's a(if item is dropped)**.

- Кластер “Наслідки неефективних рішень влади”, куди увійшли змінні 11.5.Непрозоре прийняття рішень владними установами та 11.13.Зростання вартості праці³(α Кронбаха дорівнює **0.465**)

Також в рамках кількісного аналізу було проведено регресійний аналіз, щоб дослідити залежність ринку, на якому функціонує бізнес та проблем, з яким він зіштовхується⁴. P-value у всіх випадках значущим не є, таким чином, зв'язок між видом ринку та тенденції до появи специфічними проблемами в бізнесу не спостерігається. Регресійний аналіз показав, що **незалежно від того, на якому ринку працює бізнес, компанії стикаються з однаковими проблемами**⁵, що виключає потребу подальшого дослідження цієї залежності, з використанням якісних методів. Таким чином, станом на 2019 р., бізнеси вже стикались зі значними проблемами в функціонування свого бізнесу. Важливим є подальше дослідження, які з них продовжували існувати чи поглибились в умовах коронакризи та воєнного стану в Україні.

В результаті проведених глибинних інтерв'ю, як з представниками Львівської міської ради, так і представниками малого, середнього та великого бізнесу, можна зробити низку висновків щодо оцінки стану, проблем бізнесу та ефективності його взаємодії з владою. **Результати дослідження ми можемо умовно розділити на чотири тематичні блоки:** стан, проблеми бізнесу та його взаємодія з владою під час коронакризи; стан, проблеми бізнесу та його взаємодія з владою під час воєнного стану; український бізнес та соціальна відповідальність; стратегії функціонування бізнесу в умовах кризи.

³ Результати кластерного аналізу в Додатку 1, результати перевірки надійності індексів - в Додатку 2

⁴ Регресійний аналіз був проведеним методом Linear Regression. Незалежна змінна - види ринку, на яких працюють компанії (30.1.Локальні ринки; 30.2 Регіональні ринки; 30.3 Національні ринки; 30.4 Закордонні ринки). Залежна змінна - індекси проблем - Sum score (“Проблеми політики влади”), Sum score 2 (“Наслідки рішень влади”), Sum score 3 (“Кадрові проблеми”), Sum score 4 (“Попит споживачів”), Sum score 5 (“Ринкові проблеми”). Fit Measures: R, R². Confidence level: interval 95%

⁵ Результати регресійного аналізу в Додатку 4.

Блок 1. Стан, проблеми бізнесу та його взаємодія з владою під час коронакризи.

В рамках коронакризи, місцева влада переконана, що епідемія COVID-19 стала першим істотним викликом для країни, з яким країна, в тому числі бізнес зіткнувся абсолютно раптово. Це створило надскладні умови для існування, оскільки готовності та плану подальших дій не було. Коронакриза принесла кардинальні зміни у функціонування бізнесу через застосовані карантинні заходи та заборони. Такі дії з боку влади були необхідними, однак для бізнесу, вони часто були критичними. Тим не менш, з точки зору владних структур, взаємодію бізнесу та влади в час коронакризи можна охарактеризувати в багатьох випадках як партнерську. Бізнес став тим сектором економіки, який надав значну підтримку для влади, зокрема для міністерства охорони здоров'я та місцевої влади, заклавши чимало запитів з виготовлення масок, захисних костюмів, антисептиків. (Респ. ЛМР) Таким чином, якщо до коронакризи спостерігався сплеск роботи та ефективності бізнесу, то пандемія принесла кардинальні зміни, водночас ставши репетицією до воєнного стану. Тим не менш, на цей час місцева влада апелює до значної гнучкості цього сектору економіки, який більшою мірою зміг пристосуватись та в багатьох випадках перекваліфікуватись на термінові запити, пов'язані з епідеміологічною загрозою. (Респ. ЛМР) В умовах коронакризи становище бізнесу погіршилось, що означало критичну потребу змін в його діяльності. Ті бізнеси, які були новаторами, які були швидшими в прийнятті інновативних рішень, змогли краще пристосуватись. (Респ. ЛМР)

Оцінка представників бізнесу щодо стану, проблем та взаємодії з владою під час коронакризи варіюється:

- **Різними є оцінки, в залежності від розміру підприємства.**

Представники малого та середнього підприємництва оцінюють становище та взаємодію з владою під час пандемії більш негативно, аніж представники великого бізнесу. Для малого та середнього бізнесу коронакриза асоціюється з важкими випробування, які були пов'язані з буквальним виживанням їх бізнесу

в цей період. Головними проблемами стали карантинні заходи, потреба вакцинацій та дотримання епідеміологічних вимог, що в свою чергу істотно збільшували витрати бізнесу та актуалізувало питання підтримання фінансового становища. Навіть в несприятливих умовах, представники бізнесу мали забезпечувати прожитковий мінімум працівникам, сплачувати податки та орендну плату за домовленостями. Власне заборона торгівлі та, як результат, буквальна відсутність прибутку призводили до потреби виплачувати заробітні плати працівникам з власної кишені. Більше того, якщо орендодавці полегшували умови сплати орендної плати в перші місяці пандемії, то згодом почали повертатись до першочергових домовленостей, які часто були не під силу для бізнесу через нестабільне фінансове становище. (Респ. малий бізнес; Респ. середній бізнес) Відмінною є ситуація для великого бізнесу в рамках коронакризи. Через обсяги виробництва та реалізації продукції, наслідки пандемії не були сильно відчутними для цього сектору бізнесу. (Респ. великий бізнес) Таким чином, ми можемо підтвердити гіпотезу, що становище бізнесу під час кризи дійсно визначається розміром бізнесу. Більше того, через більш критичні оцінки малого та середнього бізнесу, ми довели, що саме цей сектор страждає найбільше, і відповідно потребує найбільшої підтримки від влади.

- **Відмінність становища бізнесу прослідковується і в залежності від його галузі.**

Зокрема, ті бізнеси, які напряду залежали від відвідуваності, як от підприємства роздрібною торгівлі, постраждали значно більше від наслідків пандемії, аніж бізнеси, що працюють в сфері послуг чи бізнесу, що могли переформатувати роботу в онлайн-формат. Більше того, ті бізнеси, які виробляли стратегічну продукцію в умовах коронакризи і торгівля яких не заборонялась в рамках карантинних заходів, як от робота аптек, магазинів з продовольчими товарами, не відчули наслідки пандемії так сильно, як решта, подальша робота яких була забороненою. (Респ. малий бізнес; середній бізнес) Таким чином, в рамках гіпотез цього дослідження, це доводить, що залежність становища бізнесу від галузі його роботи дійсно існує. Так само, повністю підтвердилась гіпотеза про

основні проблеми бізнесу в період пандемії. Зокрема, ключовими стали нестача фінансів та попиту на ринку, якщо брати до уваги вплив розміру та галузі бізнесу.

Ефективність політики влади під час пандемії визначається місцевою владою як достатньо ефективна. Усвідомлення важливості фізичних осіб-підприємців, зокрема для наповнення бюджетів міських громад сприяло спробам створити якісну підтримку цього сектору економіки. На місцевому рівні були розроблені протоколи, різноманітні механізми для підтримки бізнесу, проводились регулярні зустрічі з представниками бізнесів та обговорювались моделі їх роботи. Тим не менш, місцева влада в оцінці своєї роботи апелює також до її підпорядкування центральній владі, яка власне надає можливості та дозволи на впровадження низки заходів для місцевої влади. (Респ. ЛМР)

Як правило, оцінка ефективності політики щодо підтримки бізнесу під час коронакризи істотно відрізняється серед представників бізнесу, на відміну від місцевих владних структур. Місцева влада оцінює політику підтримки більш позитивно, аніж представники бізнесу. (Респ. ЛМР) **Більше того, спостерігаються також відмінності в оцінках в залежності від розміру бізнесу та його галузі.** Зокрема, великий бізнес вбачає політику підтримки бізнесу урядом цілком достатньою та ефективною для їх сектору роботи. Запроваджена владою програма “3-5-9”, безвідсоткові кредити, надання банками достатніх сум для реалізації сприяли розвитку виробництва великого бізнесу, навіть в час коронакризи. (Респ. великий бізнес) Очевидно, що політика підтримка бізнесу розглядається як неефективна з боку представників малого та середнього бізнесу. Фінансова допомога, надана державою, була непропорційно малою в порівнянні з обсягами витрат бізнесу, зокрема орендною платою чи платою за комунальні послуги, обсяг яких не зменшився. Навіть в час складних умов, бізнес перебував в домовленостях з орендодавцями, постачальниками товарів чи банками, що призводило до непропорційно складного виконання зобов'язань бізнесу через нестачу фінансів. Більше того, уможливлення повноцінної роботи лише певних галузей бізнесів спровокували нерівне

становище для решти бізнесів, працювати яким було заборонено. (Респ. малий бізнес; середній бізнес)

З огляду на проблеми взаємодії влади та бізнесу в період коронакризи, місцева влада вбачає потребу в більшому інформаційному поясненні політики уряду в час епідемії для представників бізнесу. Велика кількість вимог до бізнесу в час пандемії супроводжувалась малим обсягом їх роз'яснення, що призводило до напруги та нестабільності взаємодії бізнесу та влади. (Респ. ЛМР)

Тим не менш, представники бізнесу акцентують свою увагу на трьох ключових заходах, які варто було втілити владі в умовах коронакризи:

- Бізнес висловлює позицію щодо потреби **адекватнішої політики підтримки від уряду, яка була б справедливою для всього бізнес-сектору**. Бізнеси, що використовують таку риторику, не мали можливості працювати через запроваджені карантинні заходи, тоді як вимоги залишались для всіх однаковими. (Респ. малий бізнес; середній бізнес)
- Другим аспектом бажаної політики влади в той час була **потреба оперативної реакції від влади**. Навіть якщо влада згодом дозволила працювати всьому бізнесу, такі заходи були втілені надто пізно. Світ зіткнувся з невідомим для нього явищем, однак аналіз та моніторинг ситуації з боку влади мав відбутися швидше. Висновок, що ізоляція бізнесу принесе набагато більше негативних наслідків для країни, мав б бути взятий до уваги раніше, таким чином боротьба з наслідками пандемії відбувалась б більше ефективно та найменш затратно для бізнесу та економіки країни. (Респ. малий бізнес; середній бізнес; великий бізнес)
- Врешті - решт, в кризових умовах, важливим є **помірна регуляторна політика з боку влади, зокрема стосовно орендної плати чи комунальних послуг, яка б покращила взаємодію бізнесу з іншими суб'єктами господарства без зловживання з боку останніх**. (Респ. малий бізнес; середній бізнес)

Блок 2. Стан, проблеми бізнесу та його взаємодія з владою під час воєнного стану.

Як правило, представники місцевої влади погоджуються, що криза воєнного стану принесла багато нових викликів для українського суспільства, значно погіршивши стан українського бізнесу, в порівнянні з наслідками коронакризи. Тим не менш, готовність влади була значно більшою в період воєнного стану, оскільки пандемія COVID-19 пристосувала до значної кількості нових умов, адаптувавши роботу бізнесу в онлайн-форматі чи розвинувши сфери послуг в Україні. (Респ. ЛМР) Саме в час воєнного стану, міська влада стала тією ланкою суспільства, яка організувала процес співпраці між центральною владою та бізнесом. Міською владою акцентується на значній допомозі бізнесу для оборони країни в період воєнного стану, зокрема гуманітарній допомозі, тимчасовій галузевій трансформації бізнесів для виробництва танкових їжаків, вогнепальних речовин і т.д. (Респ. ЛМР)

Тим не менш, очевидно, що бізнес стикнувся з чималими викликами в цей період на думку міської влади. Бачення міської влади можна зосередити на декількох головних аспектах. Перш за все, як і під час коронакризи, **різні бізнеси різною мірою адаптуються до нових умов, їх становище внаслідок повномасштабного вторгнення є також різним.**

- Очевидною є залежність становища бізнесу під час воєнного стану від його галузі. Сильно постраждала галузь туризму, тоді як актуальність медицини в цей період зросла. Швейному бізнесу було легше переформатуватись на пошиття військової форми, аніж магазинам роздрібної торгівлі брендованого одягу в цей період. (Респ. ЛМР) Легшою є адаптація працівників сфери послуг, до прикладу, інформаційних технологій, тоді як підприємства, орієнтовані на виробничу діяльність стикнулись з складністю його релокації, значними фінансовими затратами такого перевезення. (Респ. ЛМР)
- Очевидною є також залежність в територіальному розташуванні бізнесу та його становища під час воєнного стану. Бізнеси, що

знаходяться в Західному регіоні могли бачити позитивні зміни в попиті на їх товар, через наплив внутрішньо-переміщених осіб з східних, південних та центральних регіонів України. Водночас, бізнеси, зокрема цих регіонів втратили значну частку своїх клієнтів, а часто були змушені релокуватись через близькість бойових дій в їхньому регіоні. (Респ. ЛМР)

- **Велику роль відіграє розмір підприємства.** Малому та середньому бізнесу було легше пристосуватись до нових умов, оскільки на його адаптацію необхідні менші витрати, на відміну від великого бізнесу. Водночас великий бізнес є менш гнучким за своєю сутністю, під час воєнного стану йому було складніше адаптуватись до відключень електроенергії, хвиль мобілізації, збільшення собівартості товарів і т.д. (Респ. ЛМР)

Другим аспектом, на якому акцентують представники місцевої влади є **поява нових викликів для українського бізнесу в період воєнного стану.** Зокрема, можна виділити дві основні групи проблем, з яким стикнувся бізнес, на думку місцевої влади:

- **Проблеми, спричинені повномасштабним вторгненням і на хід яких, ані бізнес, ані влада впливу не мали.** До таких проблем можна віднести масову еміграцію населення, зокрема постійних клієнтів бізнесів, що спричинило зміну клієнтоорієнтованості бізнесів; зміна ринку та потреб населення і, як результат, тимчасова неліквідність продуктів низки бізнесів; збільшення собівартості товарів; нестача працівників, через відтік кваліфікованих кадрів за кордон з підприємств, працівниками яких є здебільшого жінки. (Респ. ЛМР)
- **Проблеми, спричинені повномасштабним вторгненням та неефективною політикою центральної влади.** До цієї групи можна віднести, в першу чергу, недостатню урегульованість питання мобілізації, яке представники місцевої влади визначають як ключову проблему бізнесу в цей період. Акцентується на постійній невпевненості підприємців в завтрашньому дні, неможливості планування діяльності підприємств через

ймовірність втратити частину своїх ключових працівників на підприємстві, які не можуть бути легко замінені іншими. Більше того, є галузі бізнесу, де зокрема важливою є залучення чоловіків. Критичне питання мобілізації пов'язане також з небажанням осіб чоловічої статі виходити на роботу, через можливість бути мобілізованим. Таким чином, регулювання питання мобілізації напряду пов'язане з достатньою кількістю кваліфікованих працівників, завдяки яким підприємство може продовжувати функціонувати. (Респ. ЛМР) Іншими важливими проблемами, на яких акцентують представники місцевої влади є нерегульованість питання дозволів на перетин, тобто можливості виїзду за кордон низки працівників підприємств, зокрема, які в своїй діяльності орієнтовані на експорт своєї продукції. Раніше прийнятий закон про грошову заставу за працівника, на думку місцевої влади, не спрацював. Врешті-решт, проблемою залишається недостатність додаткових джерел фінансування, зокрема грантових можливостей для бізнесу, що релокувався. Ті, бізнеси, сфера діяльності яких пов'язана з виробництвом продукції, зокрема масштабні виробництва великого бізнесу стикнулись з значними труднощами та фінансовими витратами для релокації свого бізнесу. Навіть якщо держава забезпечила можливість перевезення, за допомогою підприємств “УкрПошта” чи “Укрзалізниця”, перевезення обладнання, пошук відповідних площ для релокації визначається як достатньо проблематичне для бізнесу. (Респ. ЛМР)

Третім аспектом стосовно становища бізнесу та його взаємодії з владою, на якому акцентують представники місцевих владних структур є **тісна співпраця бізнесу та місцевої влади в період воєнного стану**. Місцева влада, зокрема міста Львова підкреслює, що на початку повномасштабного вторгнення бізнес зробив значний внесок в оборону та захист країни, тоді як міська влада в цей період допомагала бізнесу взамін значно менше. Припинились реалізації всіх програм міської ради, оскільки всі зусилля були покладені на підтримку обороноздатності. Однак, позиція місцевої влади, зокрема міста Львова,

аргументується потребою допомоги зі свого боку бізнесу, яку вони реалізували згодом. (Респ. ЛМР) Нові виклики розглядаються міської владою як нові можливості. Власне, місцева влада переконана, що необхідно створювати умови, щоб стимулювати людей залишатися в країні. Власне, тому місцева влада під час воєнного стану активно працювала з місцевим бізнесом, а також з релокованим бізнесом з східних, південних та центральних регіонів. (Респ. ЛМР)

В рамках оцінки ситуації з бізнесом самим представниками українського бізнесу, є низка аспектів, що перегукуються з баченням представників місцевої влади, однак **позиція бізнесу є більш критичною, аніж владних структур.**

Аргументацію бізнесу можна розглядати в таких трьох аспектах:

- **Стан бізнесу під час кризи воєнного стану можна охарактеризувати як нестабільний.** Через невпевненість в завтрашньому дні існував страх, спланувати подальшу діяльність бізнесу було дуже складно. Тим не менш, в західних регіонах з напливом внутрішньо-переміщених осіб спостерігався сплеск роздрібної торгівлі. Підприємці підкреслюють, що їх бізнес отримав “друге дихання” в цей період, однак цей ефект був тимчасовим - зі зменшенням фінансових запасів ВПО, рівень продажів падав, повертаючи ситуацію для бізнесу в надскладний стан існування. (Респ. малий бізнес; середній бізнес)
- **З початком воєнного стану та впровадженням відповідної, не завжди доцільної та ефективної політики уряду країни, спостерігалась поява абсолютно нових викликів для українського бізнесу, які часто є критичними для їх функціонування.** Зокрема, основною проблемою, яку підкреслюють підприємці є мобілізація осіб чоловічої статі. Власне через неврегульованість цього питання на законодавчому рівні, страждає логістика підприємств, оскільки, як правило, водіями для вантажних перевезень є чоловіки. Нестача працівників спостерігалась і серед осіб жіночої статі, які в рамках власної безпеки, виїжджали за кордон. Велику

роль відіграє збільшення курсу валют - це спричинило збільшення собівартості товарів, як результат, потребу збільшення рівня цін кінцевих товарів, тоді як фінансова спроможність населення зменшилась в умовах війни. (Респ. малий бізнес; середній бізнес) Крім того, залежно від галузі та розміру підприємства, бізнес апелює також до специфічних проблем їх бізнесу - обмежене виділення коштів державою на програми підтримки їх галузі бізнесу, призупинення платежів за кордон, недоцільні зміни умов ввезення товарів з-за кордону для бізнесів, орієнтованих на імпорт чи експорт продукції, недоцільно велика кількість вимог діяльності для підприємців, впливу на хід яких вони не мають. (Респ. великий бізнес) Таким чином, гіпотеза дослідження про проблеми бізнесу підтвердилась частково: ключовими стали питання мобілізації та міграції населення за кордон, однак податковий тиск згадувався бізнесом значно меншою мірою, і визначався як несуттєвий в порівнянні з іншими проблемами.

- **Проблеми бізнесу стали довгостроковими, в порівнянні з коронакризою.** В період пандемії в представників бізнесу існувало чіткіше бачення закінчення карантину і можливості повернення до нормального стану роботи. Зараз бачення підприємців є більш песимістичними. На цей момент, не є можливим спрогнозувати закінчення війни, тоді як, люди, зокрема потенційні клієнти бізнесів більшою мірою бідніють, що напряду асоціюється в представників бізнесу з “економічною прірвою” для України. Незалежно від свого розміру чи галузі, бізнес як правило, визначає свій стан як критичний. Підприємці підкреслюють, що якщо поточна ситуація буде продовжуватись далі, спад виробництва та реалізації продукції буде колосальний. (Респ. середній бізнес)

Стосовно ефективності політики влади під час воєнного стану, в період воєнного стану місцевою владою були напрацьовані програми підтримки підприємництва, зокрема ваучерна підтримка бізнесу. (Респ. ЛМР)

Створена програма місцевої влади передбачали три рівні підтримки:

- **Інвестиційна підтримка бізнесу**, яка полягала у виплаті 300 000 грн для бізнес-проектів, фінансова допомога з придбанням обладнання, часткова компенсація оплати за оренду, часткове звільнення від плати оренди комунальних підприємств, сприяння розвитку підприємств.
- **Компенсаційна підтримка бізнесу** була створена виключно для львівських підприємців, які постраждали від наслідків повномасштабного вторгнення, і передбачала компенсацію витрат на енергоносії, закупівлю генераторів, у випадку, якщо підприємства надавали свої приміщення для проживання внутрішньо-переселеним особам.
- **Ваучерна підтримка на релокацію бізнесу**, яка полягала в допомозі підприємствам, які почали масово релокуватись з зони активних бойових дій. Надавалась інформаційна підтримка для релокації, пошуку виробничих площ та відповідних виробничих потужностей, фінансова підтримка у сумі 100 000 грн на переміщення потужностей та їх монтаж, часткова оплата орендної плати на релокованому місці. (Респ. ЛМР)

Таким чином, місцева влада, в цьому випадку, міста Львова, різними способами намагалася підтримати бізнес, як місцевий, так і релокований, створюючи умови для полегшення їх діяльності, як з фінансової, так і інформаційної точки зору. Місцева влада переконана, що їх програми підтримки спрацювали доволі добре, так само як урядові програми з перевезення виробництв. Акцентується на правильній політиці уряду в рамках тимчасової несплати податків та програм щодо релокації бізнесу. Дії центральної влади були достатніми, а місцева влада зробила максимум з можливостей наданих їй. (Респ. ЛМР)

В рамках ефективності політики влади під час воєнного стану, представники бізнесу маю протилежну думку, від місцевої влади. Підприємці

певною мірою відносяться з розумінням до дій влади через непередбачуваність ситуації, яка склалась. Під час воєнного стану умови є набагато більш екстремальні, аніж під час коронакризи. (Респ. великий бізнес) Тим не менш, підприємці, як правило, мають негативне ставлення до політики підтримки бізнесу, в цей період в цей період, характеризуючи її, як неефективну та невиправдану. Всі підприємці аргументують свою позицію декількома ключовими аспектами:

- **Значна кількість неефективних рішень з боку влади, які не йдуть на користь бізнесу, а навпаки шкодять та придушують його.** Зокрема, таким рішенням є зростання рівня зарплати бюджетним організаціям, що призвело до того, що наймані працівники бізнесів отримували в рази меншу зарплату, аніж працівники бюджетних організацій. Це спричиняє відтік кадрів, оскільки люди намагаються знайти кращу та більш дохідну роботу, зменшення виручених коштів бізнесів, і як результат, неможливість сплатити заробітні плати наявним працівникам. (Респ. середній бізнес)
- Як правило, підприємці погоджуються, що **допомога бізнесу в цей період була несуттєвою під час воєнного стану.** Зокрема, можливість тимчасової несплати податків, безмитне ввезення генераторів істотно не допомогли бізнесу. Є декілька причин, пов'язані з цим. Перш за все, велика частка бізнесу продовжували бути соціально-відповідальними, повноцінно сплачуючи податки через усвідомлення потреби наповнення бюджету в надскладні часи. З іншого боку, сума податків не є настільки суттєвою, в порівнянні з іншими видами витрат, які бізнес мав продовжувати сплачувати. Врешті-решт, несплата, зокрема ЄСВ тільки шкодитиме бізнесу через відсутність пенсійного стажу в цей період, що не є сприятливим нюансом для майбутнього підприємців. Власне, значні

проблеми з електроенергією та опаленням приміщень підприємств не могли бути вирішеними, оскільки купівля генераторів була надто дорогою придбанням, особливо для малого та середнього бізнесу. (Респ. малий бізнес; середній бізнес)

- Важливим аспектом для підприємців стали **невиправданий тиск на бізнес та низька захищеність**, що веде за собою ширшу проблему політики влади - несправедливу та неправильну акумуляцію коштів в бюджет країни. Зокрема, підприємці погоджуються, що бюджет має наповнюватись, однак інструменти влади, у вигляді значної кількості перевірок, поліції, непомірно великих штрафів є неправильними. (Респ. великий бізнес) Особливо актуальними такі практики стали для представників малого та середнього бізнесу, з якого найчастіше стягують несправедливі виплати. Це тягне за собою багато наслідків - бізнес не виробляє достатньо, немає достатньо коштів, не забезпечує достатню кількість робочих місць, не дає достатньо заробити своїм працівникам, а це негативно впливає на загальну економічну ситуацію, і так в складні для країни часи. (Респ. малий бізнес; середній бізнес)
- Врешті решт, взаємодія бізнесу та влади характеризується значною **бюрократизацією останньої, акцентується також на значній кількості некваліфікованих кадрів в політиці**, які не знають, як правильно діяти та сприяти функціонуванню бізнесу. Підприємці аргументують таку риторику прийняттям рішень, які є не на часі в поточний час, зокрема нові умови ввезення товарів, повернення з 1 липня 2023 р. довоєнних податків, перевірок, встановлення касових апаратів. (Респ. малий бізнес; середній бізнес; великий бізнес)
- Підприємці апелюють до **надмірного державного втручання**, навіть в справи, які мали б вирішуватись виключно підприємцями без будь-яких

коментарів державі. Це заважає нормальному функціонуванню бізнесу і створює уявлення узурпаторських відносин з владою країни. (Респ. великий бізнес)

Власне, місцева влада вважає, що політика уряди щодо підтримки бізнесу під час воєнного стану могла б бути вдосконаленою. Вона аргументує свою позицію декількома аспектами політики, які потребують покращення:

- **Потреба коректного процесу мобілізації, який в свою чергу передбачатиме зміщення фокусу держави в сторону зменшення тиску на бізнес.** Держава має розуміти, що війна може вестись виключно з достатніми фінансовими ресурсами. Через некоректну мобілізацію, нестачі працівників на підприємствах, ухилення від офіційного працевлаштування, кількість коштів, які могли б потенційно надійти в бюджет так само зменшуються. Бізнесу також потрібно заробляти, щоб поповнювати бюджет держави, і йому потрібно дозволити повноцінно це робити. Зокрема, це може реалізуватись у вигляді щомісячного внеску потенційно придатних людей, які не воюють, але поповнюють бюджет, як результат своєї роботи. (Респ. ЛМР)
- **Зменшення державного втручання в бізнес,** оптимізація податкової системи та можливість виходу бізнесу на європейські ринки. (Респ. ЛМР)
- **Допомога з незакритими, однак критичними проблемами бізнесу - труднощами з енергопостачанням, розривом логістичних зв'язків, ускладненим транспортуванням та постачанням сировини, матеріалів.** (Респ. ЛМР)

Водночас, представники бізнесу переконані, що влада могла більше полегшити ситуацію для функціонування бізнесу, і мала достатні ресурси на це, навіть в умовах воєнного стану. Можна провести паралель з баченням місцевої влади. Зокрема, бізнес погоджується, що проблемами, які потребують вирішення є

надмірна регуляція бізнесу, надмірний податковий тиск чи питання мобілізації, однак говорять вони про них в значно критичніший спосіб, аніж місцева влада. Зокрема, в рамках питання мобілізації, на цей час, в законодавстві вже існує питання броні працівників, зокрема працівників освіти та державних структур. Бізнес висловлює позицію, що підприємці, які продовжують працювати в кризових умовах та свідомо та повноцінно сплачувати податки в бюджет країни, мали б також отримувати можливість броні своїх працівників для подальшої здійснення діяльності. (Респ. малий бізнес; середній бізнес)

Блок 3. Український бізнес та соціальна відповідальність.

Врешті-решт, важливим є **поняття соціальної відповідальності** в кризових умовах, як український бізнес та влада оцінюють соціальну відповідальність один одного та чи можливо залишитись соціально-відповідальними інститутами під час кризи загалом. З результатів проведених глибинних інтерв'ю з представниками влади та бізнесу, можемо зробити такі висновки:

- Місцева влада переконана, що коронавірус та повномасштабне російське вторгнення, співпраця бізнесу та влади в цей період показали, що **можливо залишитися соціально-відповідальним бізнесом, і український бізнес вже більшою мірою таким є.** Кожен намагався зробити свій внесок в потреби держави чи для більшої суспільної мети. В деяких бізнесів це закріплено на рівні ціннісного рівня цього бізнесу чи бренду. Однак, частина бізнесу, особливо малий та середній тільки приходять до впровадження такої практики в своїй діяльності. Причиною цього може стати мала обізнаність підприємців щодо соціальної відповідальності. (Респ. ЛМР)

- Місцева влада пояснює свою позицію потребою застосування цієї практики бізнесом, завдяки докорінній зміні підходу до освіти в Україні. Це передбачатиме навчання практик соціальної відповідальності з шкільних років, що сприятиме поступовому ознайомленню населення з цими практиками та достатньої кількості часу для їх впровадження в свою щоденну діяльність, бізнес-діяльність зокрема. (Респ. ЛМР)

Так само, представники бізнесу погоджуються, що питання соціальної відповідальності та сприяння обізнаності населення має бути врегульовано на законодавчому рівні. Практик соціальної відповідальності необхідно навчати, завдяки впровадженню відповідних освітніх програм та відповідним змінам в законодавстві країни. (Респ. малий бізнес) Таким чином, гіпотеза дослідження щодо необізнаності частки бізнесу щодо поняття соціальної відповідальності підтверджується. Більше того, позиція бізнесу щодо поточного рівня застосування практик соціальної відповідальності перегукується з позицією влади. Бути соціально відповідальним бізнесом в умовах кризи бути можливо і потрібно. Соціальна-відповідальна діяльність під силу кожному, і головним аспектом поточної ситуації є те, що український бізнес вже є більшою мірою соціально відповідальним. Люди свідомі, працюють легально, повноцінно сплачують податки в бюджет країни, розуміючи важливість цього для країни, зокрема в умовах кризи. Підприємці висловлюють позицію, що соціальна відповідальність є запорукою процвітання держави, тому вона є необхідною для активного застосування усіма суб'єктами взаємодії. Зокрема, представники бізнесу наводять приклад, що підприємницька діяльність за кордоном вимагає багато витрат та зусиль від підприємців, на користь державі, і це вважається нормою для суспільства. (Респ. малий бізнес; середній бізнес) Таким чином, гіпотеза дослідження щодо неможливості соціальної відповідальності бізнесу

через нестачу ресурсів в умовах кризи не підтвердилась. Як правило, підприємці усвідомлюють важливість такої діяльності і мають ресурси на це.

Тим не менш, бізнес також погоджується, що деяка його частка в Україні ухиляється від цих практик, про що згадували і представники влади. Однак на відміну від них, бізнес наводить чітку аргументацію позиції, проводячи паралель з відомим гаслом відомого автобудівного концерну “Задоволений клієнт - лояльний клієнт”. Якщо бізнес бачить, що в складній ситуації держава намагається робити правильні кроки в рамках підтримки бізнесу, правильного розподілу коштів в кризових умовах, що йде на користь самій державі та іншим соціальним інститутам в ній, бізнес також буде лояльний та відповідно соціально-відповідальний. Чимала кількість скандалів на політичній арені, корупційні схеми, неефективні та невиправдані рішення з боку влади, знижують рівень довіри до влади та сприяє виникненню сумнівів в представників бізнесу щодо доцільності їх соціально-відповідальних практик. Дії державних посадовців підривають довіру та єдність, яка потрібна в цей час. Перед українським бізнесом постає питання: “Чи разом уряд та бізнес, чи разом уряд та країна?” (Респ. великий бізнес) Якщо ламається ефективна структура взаємодії, підриваються всі її фундаментальні процеси. Бізнес не відвернеться від влади, однак перестане бути в більшій своїй мірі соціально відповідальним, якщо не бачить такої з практики серед владних органів та ефективної політики, на користь бізнесу в кризових умовах. Таким чином, представники бізнесу не визначають поточний уряд, як соціально відповідальний та свідомий за своїх громадян. Підприємці акцентують, на значній незахищеності свого бізнесу, неправильному ціннісному вимірі їх взаємодії з владою, яка полягає в значній кількості неправомірних фінансових санкцій щодо бізнесу як спосіб акумуляції коштів до бюджету чи особистого збагачення правоохоронних органів та владних структур. Більше того, влада забуває, яку велику роль відіграє бізнес в

державі, зокрема в кризових умовах, впроваджує нелояльні закони та чинить невинуватий тиск на бізнес. (Респ. малий бізнес; середній бізнес; великий бізнес) Таким чином, гіпотези дослідження щодо стратегій функціонування бізнесу в кризових умовах, у вигляді побудови ефективною взаємодії між бізнесом та владою чи соціально-відповідальною діяльністю підтверджуються, однак потребують доповнення.

Блок 4. Стратегії функціонування бізнесу в умовах кризи.

Дослідивши, якими є оцінка ситуації в бізнесі, визначивши, якими є проблеми взаємодії з владою під час коронакризи та воєнного стану, та які елементи її політики потребують вдосконалення, ми можемо з'ясувати, якими є стратегії функціонування інституту бізнесу під час кризових умов. Оскільки функціонування бізнесу включає в собі два аспекти - діяльність самого підприємця як власника бізнесу та інституційний контекст – як відповідні правила гри, які створюються владою для бізнесу, стратегії для більш ефективною роботи бізнесу включатимуть аспекти роботи, як представників бізнесу, так і представників владних структур. Стратегіями для бізнесу, які ми можемо виділити, в результаті проведених інтерв'ю, є:

1. Налагодження якісної комунікації бізнесу з владою.

Ця стратегія включає дві складові: **бізнесу потрібно не боятись звертатись до влади та чіткіше формулювати свої запити та потреби.** Чимало представників бізнесу мають упереджене ставлення до органів влади щодо їх прозорості та бюрократичності. Тим не менш, влада має ресурси, хоч і обмежені, щоб запропонувати бізнесу. Необхідним є не боятись говорити з владою, йти на діалог та взаємодію. Більше того, зокрема в кризових умовах, представникам бізнесу варто краще розуміти свої потреби та звертатись до влади з чітко сформульованою проблемою. Владі, в свою чергу, необхідно більше прислухатись до бізнесу. Зараз існують чимала кількість рухів фізичних осіб-

підприємців, однак їх вимоги поки залишаються непочутими. Це стосується і значної кількості рішень влади, які є не на часі, і тільки шкодять поточній підприємницькій діяльності. Таким чином, взаємодія влади та бізнесу не має бути однобокою, а радше партнерською, беручи до уваги вимоги обох сторін та усвідомлення важливості обома сторонами побудови якісної взаємодії між ними.

2. Зміна ціннісної орієнтації підприємців від формату «сировинної бази» до створення унікальних вартісних продуктів та виходу на іноземні ринки.

Особливо з досвідом двох масштабних криз, важливо розуміти, що цінним ресурсом країни є люди, зокрема підприємці, які мають значний потенціал для створення якісних продуктів. Бізнесу важливо не боятись конкуренції та ризику, виходити на європейські ринки зі своєю продукцією і, таким чином, будувати сильний сектор бізнесу в країні, який сприятиме швидкому економічному розвитку.

3. Соціально-відповідальна діяльність бізнесу та влади.

Бізнесу необхідно зберігати чесність, працювати без корупції і прагнути до соціальної відповідальності свого бізнесу, зокрема в умовах кризи, коли економіка держави потребує значної підтримки. Тим не менш, для якісного функціонування сектору бізнесу, дій виключно представників підприємців є недостатньо. Бізнес може витримати незручності в своїй діяльності, співпрацювати з владою, допомагати та акумулювати значні ресурси для держави. Однак, якщо влада не відповідає такою ж соціально відповідальною діяльністю з свого боку, це може створювати тріщину у взаємодії бізнесу та влади. Тому, ця стратегія включатиме також вирішення низки політичних питань, які є критично важливими з точки зору українських підприємців. Зокрема, це потреба державного невтручання та вирішення питання надмірної регульованості бізнесу, сприяння підприємницькій діяльності та

створення максимально комфортних умов для бізнесу, зниження рівня бюрократизованості, спрощення вимог до ведення підприємницької діяльності, вдосконалення законодавчої системи. Держава має захищати бізнес як фундамент економіки та суспільного добробуту, максимально оберігаючи його від подразників та підтримуючи його діяльність. Підприємці переконані, що для якісного та ефективного функціонування сектору бізнесу, влада не має втручатись в його внутрішні справи - значний тиск на бізнес тільки шкодитиме підтримці економіки та сприятиме тінізації бізнесу. Навпаки, підприємцям потрібно, щоб держава не заважала функціонувати, давши йому можливість розвиватись самостійно. Вся підприємницька діяльність в країні має бути простіша - зараз деякі підприємці вирішують відкривати свою підприємницьку діяльність за кордоном, оскільки там поточна процедура є набагато доступнішою для підприємців, аніж зараз є в Україні. Навіть, якщо деякі заходи є важко регулювати та контролювати, бізнес переконаний, що влада має йти назустріч бізнесу, усвідомлюючи важливість цього сектору економіки для країни, особливо в кризових умовах.

Висновки з Розділу 2

Як і на прикладі пандемії, так і на прикладі воєнного стану, прослідковується залежність становища бізнесу від його розміру та галузі роботи. Для малого та середнього бізнесу коронакриза стала значним викликом, яка критично вплинула на реалізацію продукції, тоді як великого бізнесу наслідки пандемії та карантинних заходів торкнулись істотно меншою мірою. Основним викликом стала можливість продовжувати своє функціонування, тим більше як соціально-відповідального бізнесу в час пандемії через значне зниження доходів та неефективну взаємодію з владою. Важливим аспектом є те, що бізнес намагався вижити, однак, як правило, залишався відповідальним, і по відношенню до держави, і до своїх працівників. Підприємці продовжували свідомо сплачувати податки, забезпечувати засоби для проживання працівникам, навіть якщо це були їх особисті кошти, сплачувати орендну плату за домовленостями, навіть в критичних умовах для існування їх бізнесу. Політика щодо роботи бізнесу на законодавчому рівні викликала питання адекватності та виправданості політики уряду, тим самим актуалізувавши питання соціальної справедливості та рівності політики влади щодо представників різного типу бізнесів. Тим не менш, для великого бізнесу, політика підтримки визначається значною лояльністю влади до сектору бізнесу, що допомогло великому бізнесу не лише продовжити своє функціонування, а й збільшити обсяги виробництва та реалізації продукції в цей час.

Криза воєнного стану характеризується нестабільністю становища бізнесу, зокрема тимчасового покращення його стану, в залежності від територіального розташування бізнесу, а згодом критичного погіршення його стану, незалежно від розміру, галузі чи регіонального розташування бізнесу. Політика уряду в цей період оцінюється як неефективна та несуттєва. На відміну від періоду пандемії, оцінка ситуації в бізнесу та політики уряду є великою мірою схожою серед місцевих органів влади та підприємців, однак бізнес говорить про дії влади в більш критичний спосіб. В рамках стратегій

функціонування бізнесу в кризових умовах, важливою є побудова партнерським відносин з бізнесом, на противагу узурпаторським чи однобоких, коли потреби бізнесу є ігноровані. Бізнес потребує підтримки, а не прямого втручання держави в свою діяльність, яка тільки придушує сектор бізнесу. Держава має дати бізнесу можливість заробляти, що відповідно означатиме зростання бюджету держави як такої, зростання рівня життя населення та процвітання економіки країни, як запорука виходу з поточної та потенційно нової кризи в нашій країні. Тим не менш, в рамках цього дослідження є зрозумілим, що вимоги та запити бізнесу стосуються більшою мірою центральної влади. Місцева влада, тим не менш, в міру своїх повноважень та можливостей, які надавались їй центральною владою, робила максимум, будуючи тісну взаємодію та співпрацю з бізнесом під час кризи.

Результати кількісного дослідження можуть слугувати підтвердженням, що низка проблем є стійкими в часі в українському суспільстві. Зокрема, можна провести паралель з “класифікаціями”, щоб були виведені в рамках кількісного та якісного дослідження. В обох випадках, окремою групою викликів, які озвучувались, є проблеми, пов’язані з політикою влади, неефективними діями з боку уряду в рамках фіскальної, законодавчої політики. Іншим видом проблем, є ті, які не залежать безпосередньо від інституту влади та бізнесу, а є спричинені зовнішніми чинниками, зокрема це ринкові, кадрові проблеми, рівень попиту споживачів. Завдяки проведенню кількісного та якісного дослідження, вдалось виявити, що всі проблеми, з якими стикався бізнес в 2019 р. є досі актуальними. Контекст та причини появи проблем змінились, з’явилися нові виклики пов’язані з карантинними заходами під час пандемії, міграції та мобілізації населення під час воєнного стану. Тим не менш, українське суспільство стикається з тими самими проблемами, що були актуальними в 2019 р., однак через кризові умови вони ще більше загострились та потребують нагального вирішення.

Висновки

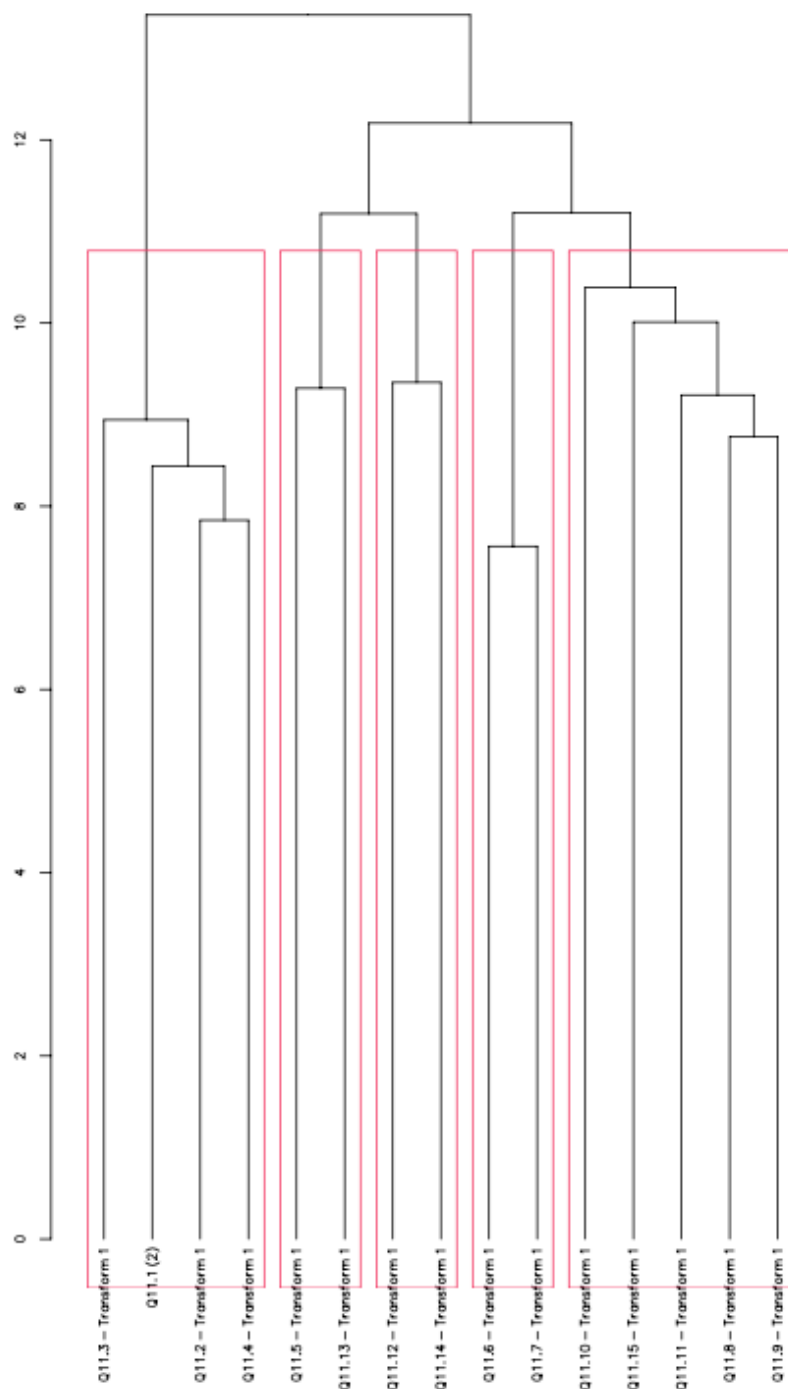
Епідемія COVID-19 та повномаштабне російське вторгнення стали кризами, які жорстко похитнули економіку України та викликали раптову потребу пошуку абсолютно нових рішень для підтримання функціонування бізнесу, економіки та держави загалом. Контекст, і як результат, стан та потреби бізнесу змінились. Зараз бізнес є саме тим сектором економіки, який є основою економічного фронту, дозволяє жителям України забезпечувати своїми ресурсами обороноздатність країни. Критично важливим залишається питання, чи є можливість в бізнесу ефективно працювати в умовах кризи та чи створені для цього мінімальні умови. Більше того, важливим є розуміння, як бізнес може ефективно продовжувати свою роботу у випадку потенційних майбутніх криз, **якими є власне стратегії функціонування бізнесу України в умовах кризи.** Ми провели емпіричне дослідження, проаналізувавши становище, проблеми українського бізнесу та його взаємодію з владою, як в період епідемії COVID-19, так і під час воєнного стану в Україні. За результатами дослідження, ми можемо **виокремити низку стратегій для якісного функціонування бізнесу в Україні в умовах кризи.** Першою можливою стратегією є **налагодження ефективної комунікації бізнесу та влади** через побудову відкритого та неупередженого діалогу з владою та чіткого формулювання запитів підприємцями. **Другою стратегією є зміна ціннісних орієнтирів підприємців від формату «сировинної бази» в сторону створення якісних унікальних продуктів, побудови конкурентного середовища та виходу на іноземні ринки.** **Третьою стратегією є використання соціально-відповідальних практик,** як з боку підприємців, так і з боку представників влади. Підприємці мають керуватись цінностями чесності та прозорості, тоді як влада має вирішити низку політичних питань та провадити цілісну та узгоджену підтримку бізнесу. Зокрема, це означає створення сприятливого клімату для бізнесу, де регуляція влади є обмеженою і базується на соціально-відповідальних практиках та якісній взаємодії з представниками бізнесу.

В теоретичних рамках дослідження, підприємництво постає як ефективний механізм соціально - економічної модернізації. Поняття соціальної відповідальності є визначальним в побудові відносин між бізнесом та державою, і має значний простір для застосування та поширення в Україні. Однак, бізнес України, особливо в умовах кризи не може повноцінно виконувати свої першочергові функції, що свідчить про те, що ефективна взаємодія між бізнесом та владою досі не була досягнута. Розглядаючи становище бізнесу в Україні та проблеми його взаємодії з державою, можна зробити висновок, що **бізнес не є тотожним поняттю самореалізації, хоча українські підприємці мають значний потенціал для цього. Підприємницька діяльність в Україні ведеться більшою мірою не з метою реалізації свого творчого потенціалу, а з інструментальним мотивом отримання більшого заробітку для підтримки якості життя. По суті, **першочергова та визначальна сутність підприємництва як реалізації творчого потенціалу людини є трансформованою в Україні під впливом багатьох обставин, а в умовах кризи вона ще більше загострюється.****

Критично важливим в цьому випадку є **усвідомлення важливості**, як представників державних органів, так і представників бізнесу потреби ефективної комунікації інститутів бізнесу та влади. Держава має усвідомити свою роль в сучасному суспільстві та важливість розвитку українського бізнесу як платформи для підтримки функціонування та модернізації держави. Допоки, бізнес не бачить якісного зворотнього зв'язку від держави, ключовими будуть питання довіри та однакової ціннісної бази в двох інститутів. Таким чином, перспективою цього дослідження є **вихід на ціннісний рівень дослідження** цих суспільних інститутів. Власне зміщення фокусу в бік дослідження ціннісної складової, яка передує практикам, сприятиме глибшому розумінні мотивів та практик представників обох інститутів. Таким чином, гіпотези дослідження можуть бути модифіковані для дослідження цінностей представників влади та бізнесу, відповідність зазначених цінностей їх практикам, та вивчення мотивів, які можуть впливати на це. Більше того, в рамках дослідження умов кризи та побудови стратегій у випадку потенційних майбутніх криз, важливим є дві

подальші перспективи дослідження - вихід на ширший рівень дослідження, яке охоплюватиме більше розгалуження видів бізнесу та інститутів влади, зокрема через залучення до дослідження представників центральної влади, а також **виведення цього дослідження на рівень “replication researches”,** щоб перевірити, наскільки результати дослідження будуть універсальні та стійкими в часі. Сучасне українське суспільство перебуває на етапі трансформацій, та є свідком великої кількості історичних подій, які можуть змінити стан та погляди на суспільне життя в ньому. Важливим є дослідження, чи з новими реаліями, в якому перебуватиме українське суспільство, будуть потрібні нові стратегії чи уточнення вже виокремлених, щоб бути озброєними актуальною інформацією та повною мірою бути готовими до потенційних нових криз.

Додаток 1. Кластерний аналіз. Дендрограма дослідження.



Додаток 2. Конструювання індексів. Перевірка надійності індексів.

Конструювання індексу “Кадрові проблеми”.

Reliability Analysis

Scale Reliability Statistics	
Cronbach's α	
scale	0.455

[4]

Item Reliability Statistics	
	If item dropped
	Cronbach's α
брак_кваліфадр	0.312
плинн_кадрів	0.279

Конструювання індексу “Політичні проблеми”.

Reliability Analysis

Scale Reliability Statistics	
Cronbach's α	
scale	0.748

[4]

Item Reliability Statistics	
	If item dropped
	Cronbach's α
політ_нестаб	0.711
зміни_законод	0.674
вис_податк	0.721
контрол_орг	0.653

Конструювання індексу “Ринкові проблеми”.

Reliability Analysis

Scale Reliability Statistics	
Cronbach's α	
scale	0.627

[4]

Item Reliability Statistics	
	If item dropped
	Cronbach's α
вис_конкур	0.543
втрат_ринк	0.525
підвищ_енергонос	0.627
колив_валюткурс	0.557
сабот_праців	0.605

Конструювання індексу “Наслідки неефективних рішень влади”.

Reliability Analysis

Scale Reliability Statistics

Cronbach's α	
scale	0.465

[4]

>

Item Reliability Statistics

	If item dropped
Cronbach's α	
непроз_владріш	0.278
зрост_вартпраці	0.333

Конструювання індексу “Попит споживачів”.

Reliability Analysis

Scale Reliability Statistics

Cronbach's α	
scale	0.700

[4]

Item Reliability Statistics

	If item dropped
Cronbach's α	
зниж_прибутк	0.551
зменш_товарооб	0.527

Додаток 3. Регресійний аналіз.

Лінійна регресія індексу “Кадрові проблеми” та видів ринків, на яких працює бізнес.

Linear Regression

Model Fit Measures

Model	R	R ²
1	0.137	0.019

Model Coefficients - кадр_пробл

Predictor	Estimate	SE	t	p
Intercept	0.727	0.221	3.297	0.0017
локал_рин	0.196	0.228	0.858	0.3944
регіон_рин	-0.017	0.229	-0.074	0.9414
націон_рин	0.097	0.234	0.415	0.6800
закорд_рин	0.127	0.229	0.556	0.5803

Лінійна регресія індексу “Політичні проблеми” та видів ринків, на яких працює бізнес.

Linear Regression

Model Fit Measures

Model	R	R ²
1	0.275	0.076

Model Coefficients - політ_влади

Predictor	Estimate	SE	t	p
Intercept	1.854	0.405	4.575	<.0001
локал_рин	0.254	0.419	0.605	0.5479
регіон_рин	-0.009	0.420	-0.021	0.9831
націон_рин	-0.343	0.430	-0.798	0.4280
закорд_рин	-0.565	0.421	-1.341	0.1853

Лінійна регресія індексу “**Попит споживачів**” та видів ринків, на яких працює бізнес.

Linear Regression

Model Fit Measures

Model	R	R ²
1	0.290	0.084

Model Coefficients - попит_спож

Predictor	Estimate	SE	t	p
Intercept	1.061	0.240	4.414	<.0001
локал_рин	0.157	0.249	0.629	0.5318
регіон_рин	-0.392	0.249	-1.571	0.1216
націон_рин	-0.347	0.255	-1.358	0.1797
закорд_рин	0.035	0.250	0.138	0.8904

Лінійна регресія індексу “**Ринкові проблеми**” та видів ринків, на яких працює бізнес.

Linear Regression

Model Fit Measures

Model	R	R ²
1	0.135	0.018

Model Coefficients - ринк_пробл

Predictor	Estimate	SE	t	p
Intercept	2.068	0.413	5.005	<.0001
локал_рин	-0.077	0.428	-0.181	0.8572
регіон_рин	-0.245	0.429	-0.571	0.5703
націон_рин	-0.388	0.439	-0.884	0.3803
закорд_рин	0.101	0.429	0.236	0.8143

Лінійна регресія індексу “**Наслідки неефективних рішень влади**” та видів ринків, на яких працює бізнес.

Linear Regression

Model Fit Measures

Model	R	R ²
1	0.206	0.043

Model Coefficients - нееф_рішення

Predictor	Estimate	SE	t	p
Intercept	0.841	0.217	3.876	0.0003
локал_рин	-0.051	0.225	-0.226	0.8223
регіон_рин	-0.252	0.225	-1.117	0.2685
націон_рин	-0.237	0.230	-1.030	0.3072
закорд_рин	0.239	0.226	1.059	0.2942

Додаток 4. Гайди для проведення глибинних інтерв'ю.

Гайд для проведення інтерв'ю з представниками бізнесу.

Вступ 5 хв

Мене звати Гнідан Соломія, я студентка 4 курсу програми «Соціологія» Українського Католицького університету. Я запросила вас сьогодні, щоб обговорити питання, пов'язані з функціонуванням бізнесу в Україні під час кризи Covid-19 та воєнного стану, спричиненого повномасштабним вторгненням росії в Україну, а також стратегіями виживання бізнесу під час кризи. За результатами нашого та деяких інших інтерв'ю буде написана наукова дослідницька робота. Я можу використовувати те, що ви говорите у роботі, однак нічого не буде пов'язане з вашою особистістю. Ваше ім'я не буде згадуватись в отриманих результатах.

Роз'яснення правил обговорення

- Інтерв'ю триватиме близько 30-60 хв.
- Будь ласка, почувайтесь вільно та говоріть відкрито, оскільки вся інформація надана вами буде конфіденційною та використовуватиметься виключно з науковою метою.
- Будьте максимально конкретними і намагайтеся використовувати конкретні приклади, коли це можливо.
- З метою подальшого аналізу та виокремлення результатів дослідження, наша зустріч буде записуватись, однак прослуховуватиметься виключно мною та не надаватиметься третім особам.

Блок 1. Представлення та дотичність до теми бізнесу.

1. Розкажіть, будь ласка, про себе, чим Ви займаєтесь?

Блок 2. Стан бізнесу та його взаємодія з владою під час епідемії COVID-19 в Україні)

1. Як би ви описали стан бізнесу в Україні під час епідемії коронавірусу?
 - 1.1 З якими проблемами стикнувся ваш бізнес?
2. Як би ви могли описати взаємодію влади та бізнесу під час епідемії?
 - 2.1 Наскільки політика влади щодо підтримки бізнесу була ефективною? Які проблеми владі вдалось вирішити? Які нагальні потреби бізнесу залишились незакритими?
 - 2.2 Виходячи з вашого досвіду, які дії було б варто втілити владі для підтримки бізнесу під час епідемії. Чому саме ці? Коли саме їх було б доцільно втілити?

Блок 3. Стан бізнесу та його взаємодія з владою під час воєнного стану в Україні.

1. Як би ви описали стан бізнесу в Україні під час воєнного стану?
 - 1.1. З якими проблемами стикнувся ваш бізнес?

2.1 Наскільки політика влади щодо підтримки бізнесу була ефективною? Які проблеми бізнесу владі вдалось вирішити? Які нагальні потреби бізнесу залишились незакритими?

2.2 Виходячи з вашого досвіду, які дії було б варто втілити владі для підтримки бізнесу під час воєнного стану. Чому саме ці? Коли їх було б доцільно втілити?

Блок 4. Стратегії функціонування бізнесу під час кризи.

1. Яку одну річ в рамках ефективнішої роботи бізнесу ви б втілили, якщо мали б можливість та повноваження на це?
2. Як ви б могли описати становище бізнесу, яке було б комфортним для підприємців та забезпечило б сильну ланку бізнесу в Україні?
3. Що ви могли б порекомендувати представникам влади, в рамках ефективної роботи бізнесу? В яких відносинах з владою бізнес має перебувати, щоб залишитись на плаву та продовжувати функціонувати?
4. Яка частка бізнесу, на вашу думку, є **соціально-відповідальною**? Чи можливо залишатись соціально-відповідальним бізнесом в умовах кризи?
5. Наскільки, на вашу думку, наша держава є **соціально-відповідальною**?

Вихід з обговорення

Сьогоднішнє інтерв'ю мало на меті обговорення питань, пов'язаних з станом бізнесу під час воєнного стану 2022 року, взаємодією бізнесу з владою в цей період та стратегіями його функціонування в умовах кризи. Можливо є інші аспекти цієї проблематики, які можуть зіграти певну роль. Чи є ще щось, що я повинна знати в цій темі?

Гайд для проведення експертних інтерв'ю з представниками Львівської міської ради.

Вступ 5 хв

Мене звати Гнідан Соломія, я студентка 4 курсу програми «Соціологія» Українського Католицького університету. Я запросила вас сьогодні, щоб обговорити питання, пов'язані з функціонуванням бізнесу в Україні під час воєнного стану, спричиненого повномасштабним вторгненням росії в Україну та стратегіями виживання бізнесу під час кризи. За результатами нашого та деяких інших інтерв'ю буде написана наукова дослідницька робота. Я можу використовувати те, що ви говорите у роботі, однак нічого, не буде пов'язане з вашою особистістю. Ваше ім'я не буде згадуватись в отриманих результатах.

Роз'яснення правил обговорення

- Інтерв'ю триватиме близько 30-60 хв.
- Будь ласка, почувайтесь вільно та говоріть відкрито, оскільки вся інформація надана вами буде конфіденційною та використовуватиметься виключно з науковою метою.

- Будьте максимально конкретними і намагайтеся використовувати конкретні приклади, коли це можливо.
- З метою подальшого аналізу та виокремлення результатів дослідження, наша зустріч буде записуватись, однак прослуховуватиметься виключно мною та не надаватиметься третім особам.

Блок 1. Представлення та дотичність до теми бізнесу.

1. Розкажіть, будь ласка, про себе, чим Ви займаєтесь?
2. Яку посаду займаєте у Львівській міській раді, як довго, та ким працювали до того?
3. Чи відомо вам щось про стан бізнесу під час епідемії, спричиненою COVID-19 в 2020-2022 роках?

Якщо так:

(Блок 2. Стан бізнесу та його взаємодія з владою під час епідемії COVID-19 в Україні)

1. *Яким, на вашу думку, був стан бізнесу в Україні під час епідемії коронавірусу? Розкажіть ваше бачення або конкретні приклади бізнесів, з власниками яких ви знайомі.*
 1. *З якими проблемами стикнувся малий, середній та великий бізнес?*
 2. *Які галузі, на вашу думку, найбільше потерпали від наслідків епідемії та як саме?*
2. *Чи вживав якихось заходів в рамках роботи бізнесу ваш відділ під час епідемії Covid-19? Які саме?*
3. *Як би ви могли описати взаємодію влади та бізнесу під час епідемії?*
 - 3.1 *Наскільки політика влади щодо підтримки бізнесу була ефективною? Які проблеми бізнесу владі вдалось вирішити? Які нагальні потреби бізнесу залишились незакритими?*
 - 3.2 *Виходячи з Ваших знань та досвіду, які дії було б варто втілити владі для підтримки бізнесу під час епідемії. Чому саме ці? Коли саме їх було б доцільно втілити?*
 - 3.3 *Виходячи з Ваших знань та досвіду, як мав б діяти бізнес для більш ефективної взаємодії з владою?*

Блок 3. Стан бізнесу та його взаємодія з владою під час воєнного стану в Україні.

1. Чи вживав якихось заходів в рамках підтримки бізнесу ваш департамент після повномасштабного вторгнення? Які саме? Чому було обрано саме такі дії?
2. Яким був стан бізнесу в Україні під час воєнного стану? Розкажіть ваше загальне бачення або конкретні приклади бізнесів, з власниками яких ви знайомі.
 - 2.2 *З якими проблемами стикнувся малий, середній та великий бізнес?*
 - 2.3 *Які галузі, на вашу думку, найбільше потерпали після повномасштабного вторгнення та як саме?*

3. Якою на вашу думку була взаємодія влади та бізнесу під час воєнного стану?

3.1 Наскільки політика влади щодо підтримки бізнесу була ефективною? Які проблеми бізнесу владі вдалось вирішити? Які нагальні потреби бізнесу залишились незакритими?

3.2 Виходячи з Ваших теперішніх знань та досвіду, які дії було б варто втілити владі для підтримки бізнесу під час воєнного стану. Чому саме ці? Коли їх було б доцільно втілити?

3.3 Виходячи з Ваших теперішніх знань та досвіду, як варто було б діяти бізнесу для більш ефективної взаємодії з владою?

Блок 4. Стратегії функціонування бізнесу під час кризи.

4. Яку одну річ в рамках ефективнішої роботи бізнесу ви б втілили, якщо мали б можливість та повноваження на це?

5. Як ви б могли описати становище бізнесу, яке було б комфортним для підприємців та забезпечило б сильну ланку бізнесу в Україні?

6. Тепер згадаймо **поточну реальність України**. Які рекомендації ви могли б надати українському бізнесу в умовах кризи? В яких відносинах з владою бізнес має перебувати, щоб залишитись на плаву та продовжувати функціонувати?

7. Які рекомендації ви могли б надати для українського бізнесу в умовах кризи? В яких відносинах з владою бізнес має перебувати, щоб залишитись на плаву та продовжувати функціонувати?

8. З чим ви асоціюєте **«соціально-відповідальний бізнес»**, що вам в першу чергу спадає на думку? Яка частка бізнесу, на вашу думку, є соціально-відповідальною? Чи можливо залишатись соціально-відповідальним бізнесом в умовах кризи?

4. З чим ви асоціюєте **«соціально-відповідальну державу»**, що вам в першу чергу спадає на думку? Наскільки, на вашу думку, наша держава є соціально-відповідальною?

Вихід з обговорення

Сьогоднішнє інтерв'ю мало на меті обговорення питань, пов'язаних з станом бізнесу під час воєнного стану 2022 року, взаємодією бізнесу з владою в цей період та стратегіями його функціонування в умовах кризи. Можливо є інші аспекти цієї проблематики, які можуть зіграти певну роль. Чи є ще щось, що я повинна знати, якщо хочу по-справжньому зрозуміти цю тему?

Список використаних джерел і наукової літератури

Використані джерела:

1. “Бізнес в Умовах Війни: Хто Зазнав Найбільших Втрат Та Як Відновлюються Підприємства.” *Економічна Правда*, Економічна Правда, 23 Mar. 2022, <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>.
2. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. “Допомога Під Час Війни: Як Держава Може Стимулювати Розвиток Бізнесу.” *Інформаційне Агентство*, 24 Aug. 2022, <https://www.unian.ua/economics/finance/dopomoga-ukrajincyam-pid-chas-viyni-2022-yak-derzhava-mozhe-stimulyuvati-rozvitok-biznesu-novini-ukrajina-11953230.html>.
4. Соціологічна агенція “Фама,” and Центр сімейного бізнесу Львівської бізнес-школи УКУ. “СІМЕЙНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: Особливості Започаткування, Ведення Та Передачі Наступним Поколінням.” 2019. [Preview attachment Data - Family Business - 2020.savData - Family Business - 2020.sav455 KB](#)
5. Стан Та Потреби Бізнесу в Україні: Відмінності в Оцінках Місцевої Влади Та Бізнесу. *Децентралізація в Україні*, 13 July 2022, <https://decentralization.gov.ua/news/15213>.
6. “Що Турбує Українських Підприємців Під Час Війни – Дослідження.” *Український Соціологічний Портал*, 31 May 2022, <https://usp-ltd.org/shcho-najbilshe-turbuie-ukrainskykh-pidprijemtsiv-pid-chas-vijny-rezultaty-doslidzhennia/>.
7. Chuiko, Iryna. “(:Ua)Підтримують Команди Та Армію: Як Працює Бізнес в Умовах Війни(:En)Support Employees and the Army: How Business Works during the War (:).” *European Business Association*, 5 Mar. 2022,

<https://eba.com.ua/pidtrymuyut-komandy-ta-armiyu-yak-pratsyuye-biznes-v-umovah-vijny/>.

8. Gradus Research, Advanter Group. *Дослідження Думки Бізнес-Спільноти Щодо Ситуації в Бізнесі Під Час ... Ukrainian Business Index*, Oct. 2020, https://gradus.app/documents/41/Gradus_BusinessIndex-wave1.pdf.
9. Gradus Research Company. *НАСТРОЇ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ*. Gradus Research Plus, Nov. 2022, https://gradus.app/documents/322/Gradus_for_KIEF_-_Business_Survey_y9d5apv.pdf.
10. Gradus Research Company. *Diagnosing the State of Ukrainian Business during a Full-Scale War ...* Gradus Research, Mar. 2022, https://gradus.app/documents/191/BusinessInWar_Gradus_KSE_Report_30032022_en.pdf.
11. Інтерв'ю. Жінка. Львівська міська рада, квітень 2023 р.
12. Інтерв'ю. Жінка. Львівська міська рада, квітень 2023 р.
13. Інтерв'ю. Чоловік. Львівська міська рада, квітень 2023 р.
14. Інтерв'ю. Жінка, малий бізнес, квітень 2023р.
15. Інтерв'ю. Жінка, малий бізнес, квітень 2023р.
16. Інтерв'ю. Чоловік, середній бізнес, квітень 2023р.
17. Інтерв'ю. Чоловік, великий бізнес, квітень 2023р.

Використана наукова література:

18. Brammer, Stephen, et al. *Covid-19, Societalization and the Future of Business in Society*, June 2020, www.researchgate.net/publication/342225042_COVID-19_Societalization_and_the_Future_of_Business_in_Society.
19. Беленький, В. Х., Паульман, В. Ф. (2012). *Предпринимательство: развитие, природа, проблемы*.

20. Варналій, З.С. (2002). Основи підприємництва: Навч. посіб. Знання – Прес. http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/531/Varniliy.pdf
21. Василенко М.Є. (2021). Вплив обмежувальних заходів на окермих суб'єктів господарювання в умовах коронавірусної епідемії. Міжнародна науково-практична конференція. Харків.
22. Гречко, П.К. (2000). Интеллектуальный импорт, или О периферийном постмодернизме: №2. Общественные науки и современность.
23. Грішнова, О.А. (2011). Соціальна відповідальність — шлях до європейської соціальної держави в Україні. УДК 331.5.
24. Грішнова, О.А. (2014). Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні: УДК 316.42:330.33.01(477) Соціально-економічні та демографічні наслідки системної кризи в Україні та шляхи їх подолання.
25. Гусаров С.М. (2021). Реагування Національної Поліції України на порушення запроваджених обмежувальних заходів суб'єктами господарювання в умовах пандемії COVID-19. Міжнародна науково-практична конференція. Харків.
29. Дряхлов, Н.И., Давыденко, В.А. (1996). Предпринимательство как объект и субъект управления: методологические подходы. Экономическая социология.
30. Дяченко, Р.О. (2015). Філософські засади дослідження підприємницької діяльності. Політологічний вісник, 2015. Випуск 78.
31. Калаченкова, К.О. (2020). Підприємництво та бізнес: трансформація співвідношення категорій в еру інформатизації. Порівняльно-аналітичне право №2. УДК (340.12 : 346.1) : 004

32. Кацьора, О.В. (2013). Соціологічні підходи до визначення підприємництва. Ужгород. Науковий вісник Ужгородського національного університету.
33. Квасниця, О. (2012). Еволюція підходів до трактування сутності підприємництва. Економічний аналіз. Випуск 10. Частина 4.
34. Клочко А.М. (2021). Заходи державної підтримки суб'єктів підприємницької діяльності в умовах пандемії. Міжнародна науково-практична конференція. Харків.
35. Коржов, Г.О. (2018). Підприємницький потенціал як предмет теоретизування в американській соціології. Український соціум. No 3 (66).
36. Костриця, М.М. (2011). Розвиток підприємництва як інституційний чинник підвищення національної конкурентоспроможності. Економічні науки. ВІСНИК ЖДТУ No 2 (56).
37. Мадрига, Г.М. (2013). Поняття, місце і роль малих підприємств в економіці: економічні та соціальні аспекти. Національний університет "Львівська політехніка".
38. Прилуцька, І.А. (2012). Термінологічний підхід до визначення поняття «інноваційне підприємництво». Економічна наука. Київський Національний Університет імені Тараса Шевченка.
39. Рубановський К., Ходько Н., Балдич Н. & Чорній Л. (2014). Дорожня карта розвитку підприємництва в Україні: 2015 - 2016 роки. Київ. Центр громадської експертизи, Центр міжнародного приватного підприємництва.
40. Ситник, Н.С., Козак, С.І. (2018). Роль малого та середнього бізнесу на сучасному етапі розвитку економіки України. Економіка та управління національним господарством.

41. Старостенко Г.Г, Кісіль Ю.В. (2017). Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні.

42. Тимофеев, А.В. (2010). Предпринимательство - движущая сила качественных сдвигов в эпохи перемен. Экономические науки. 10(71)