

УДК 658

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-6-7>**Смірнова К.А.**

здобувач вищої освіти

Донецького національного університету імені Василя Стуса

Янчук Т.В.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу

Донецького національного університету імені Василя Стуса

Smirnova Kateryna, Yanchuk Tatiana

Vasyl' Stus Donetsk National University

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА ПІДПРИЄМСТВА МАЛОГО БІЗНЕСУ

THE IMPACT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC ON SMALL BUSINESS ENTERPRISES

Пандемія коронавірусу, безсумнівно, вплинула на світову економіку та навколишнє середовище. Основними жертвами спалаху COVID-19 є малі підприємства, особливо в країнах, що розвиваються, переважно через обмежене використання цифрових технологій. У статті докладно розглянуто, як змінилися діяльність підприємств, звички людей, які безпосередньо впливають фінансові результати малого бізнесу. Проаналізувавши всі дані, зроблено висновок, що велика частка ринку перейшла в онлайн-продаж. Також ми запропонували невеликий список бізнес-ідей, адаптованих під нинішню ситуацію. Існує нагальна потреба в розширенні управління малими компаніями, які мають бути завершені, що включає встановлення пріоритетів фізичного благополуччя співробітників, використання цифрового маркетингу та підвищення ефективності продуктів і послуг, таким чином, скорочуючи доходи та витрати компанії, а також переоцінку поточної стратегії. Як результат, це дає змогу малому бізнесу залишатися на плаву в умовах пандемії COVID-19.

Ключові слова: коронавірус, вплив пандемії на бізнес, нові звички населення, підприємства, онлайн-робота, збитки, бізнес-ідеї, карантин.

Пандемия коронавируса, несомненно, повлияла на мировую экономику и окружающую среду. Основными жертвами вспышки COVID-19 являются малые предприятия, особенно в развивающихся странах, в основном из-за ограниченного использования цифровых технологий. В статье подробно рассмотрено, как изменились деятельность предприятий, привычки людей, непосредственно влияющих на финансовые результаты малого бизнеса. Проанализировав все данные, мы заключили, что большая доля рынка перешла в онлайн-продажи. Также мы предложили небольшой список бизнес-идей, адаптированных под сложившуюся ситуацию. Существует настоятельная потребность в расширении управления малыми компаниями, которые должны быть завершены, что включает в себя установление приоритетов физического благополучия сотрудников, использование цифрового маркетинга и повышение эффективности продуктов и услуг, таким образом, сокращая доходы и расходы компании, а также переоценку текущей стратегии. В результате это позволяет малому бизнесу оставаться на плаву в условиях пандемии COVID-19.

Ключевые слова: коронавирус, влияние пандемии на бизнес, новые привычки населения, предприятия, онлайн-работа, убытки, бизнес-идеи, карантин.

On March 11, 2020, COVID-19 was declared a pandemic by the World Health Organization, which then resulted in the shutting down of economies, lockdowns, and other restrictions. Small businesses have been particularly affected by the pandemic due to the need to shift rapidly to a digital platform. Although these changes resulted in hardship, they also offered a way for small businesses to be a vehicle for entrepreneurship as they provide new ideas to gain traction in the marketplace. Entrepreneurship symbolizes innovation and is vital to the competitiveness of the economy particularly in times of crisis such as that occurring with the COVID-19 pandemic. The benefits of entrepreneurship include its contribution to economic development and job creation, which is particularly needed in times of upheaval and change. Small business entrepreneurs are not a monolithic category as they are diverse and have individual characteristics. This means the way they respond to the COVID-19 crisis differs depending on their industry and geographical characteristics. The increased interest in small business and COVID-19 entrepreneurship is fed by the rapid changes that have taken place in society. This is due

to the participation of small business entrepreneurs in the market being needed in this time of rapid change. The coronavirus pandemic has undoubtedly affected the global economy and the environment. Small businesses are the main victims of the COVID-19 outbreak, especially in developing countries, mainly due to the limited use of digital technologies. The article discusses in detail how the activities of enterprises have changed, the habits of people that directly affect the financial results of small businesses. After analyzing all the data, we concluded that a large share of the market moved to online sales. We also offered a small list of business ideas adapted to the current situation. There is an urgent need to expand the management of small businesses, which must be completed, which includes prioritizing the physical well-being of employees, using digital marketing, and improving the efficiency of products and services, thus reducing the company's revenues and expenses, as well as reassessing the current strategy. As a result, it keeps small businesses afloat amid the COVID-19 pandemic.

Key words: coronavirus, the impact of the pandemic on business, new habits of the population, enterprises, online work, losses, business ideas, quarantine.

Постановка проблеми. Нині дуже актуальною є проблема малого бізнесу, адже саме ця галузь постраждала найсильніше в період пандемії коронавірусу. У сучасних непростих економічних умовах, коли більшість підприємств змушена призупинити свою діяльність, державі необхідно розробити низку ефективних заходів підтримки бізнесу, оскільки фінанси підприємств є основою функціонування фінансової системи загалом. Найбільш гостро такої підтримки потребують малі підприємства, які часто не мають достатнього обсягу фінансових ресурсів, щоб перечекати кризу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами малого бізнесу під час такої глобальної кризи, як пандемія COVID-19, займається велика кількість учених, серед яких – М.А. Чен, Максим Беліцькі, Рой Турік, Річард Фланаган. Вітчизняні спеціалісти також зацікавлено розкривають дану тему, серед них: Ольга Борисенко, Катерина Кочкіна, О.В. Єгорова, О.А. Маслій, Д.А. Піскун тощо.

Метою дослідження є аналіз стану малого бізнесу під час пандемії COVID-19 та запропоновання бізнес-ідей, адаптованих під ситуацію, що виникла.

Виклад основного матеріалу дослідження. Пандемія коронавірусу вплинула на мільйони людей, відправила на стоянки літаки та залишила без роботи турагентів, зупинила роботу тисяч підприємств. Загальний карантин не пройшов безслідно для бізнесу, економісти та аналітики в усьому світі намагаються розрахувати масштаб лиха. Цю епідемію пережили далеко не всі компанії. Основний удар припав на туризм, цивільні авіаперевезення, середній та малий бізнес та сферу послуг. На рис. 1 докладніше показано, що сталося з підприємствами.

Із рис. 1 видно, що більшість підприємств перейшла або в режим роботи онлайн, або на віддалену роботу. Але, крім цього, 11% організацій зупинили свою роботу повністю, що досить негативно позначилося на стані економіки загалом. Це також призвело до того, що велика кіль-

кість людей утратила роботу і залишилася без заробітку у цей складний для всіх період. Також малій кількості підприємств удалося адаптувати свій продукт під обмеження, спричинені пандемією коронавірусу. Залучати нових клієнтів ніколи не пізно. Старі клієнти можуть забути про компанію, тому завжди потрібно працювати над залученням нових. У ХХІ ст. велику роль у реалізації товарів грають різні соціальні мережі, тому шукати цільову аудиторію найефективніше у мережі. Близько 2% організацій вирішили змінити свої канали збуту, щоб охопити якнайбільше цільової аудиторії.

Але, незважаючи на це, розпочинати бізнес після коронавірусу ризиковано, утім, можна. Потрібно розуміти, які бізнес-ідеї будуть затребувані, стежити за тенденціями ринку та аналізувати, що зараз потрібно людям, адже комусь удалося непогано заробити і на пандемії. Насамперед, це фармкомпанії та аптеки, сервіси доставки та сфера онлайн-розваг.

У табл. 1 розглянемо стан суб'єктів малого підприємництва до пандемії та під час неї.

Проаналізувавши вищенаведену таблицю, можна побачити, що більшість показників під час пандемії (2019–2020 рр.) є дещо кращими, ніж до неї (2018 р.). Це може свідчити про реструктуризацію підприємств малого бізнесу. Власники підлаштовуються під сучасні умови, намагаються якомога краще адаптувати своє підприємство. Також значна кількість бізнесменів ризикнула та вклала кошти в розвиток нових бізнес-ідей. Визначивши потреби споживача під час кризи COVID-19, карантинних обмежень, таких як соціальна дистанція та масковий режим, вони змогли зробити з даної ситуації вигоду. Багато людей почали працювати вдома, рідко виходити на вулицю, отже потребують доставки. Також користуються популярністю такі підприємства, як:

- бізнес у сфері медицини;
- служби дезінфекції;
- агросектор та виробництво продуктів харчування;



Рис. 1. Реакція бізнесу на кризу, % [1]

Таблиця 1

Показники діяльності суб'єктів малого підприємництва у 2018–2020 рр.

	Підприємства	Фізичні особи – підприємці
Кількість діючих суб'єктів господарювання, одиниць	Малі	Суб'єкти малого підприємництва
2018	339374	292772
2019	362328	313380
2020	355708	307871
Кількість діючих суб'єктів господарювання на 10 тис осіб наявного населення, одиниць	Малі	Суб'єкти малого підприємництва
2018	80	351
2019	86	371
2020	85	383
Кількість зайнятих працівників, тис осіб	Малі	Суб'єкти малого підприємництва
2018	1641,0	2532,7
2019	1746,6	2573,2
2020	1703,1	2531,0
Кількість найманих працівників, тис осіб	Малі	Суб'єкти малого підприємництва
2018	1553,8	1049,4
2019	1583,3	1012,5
2020	1626,9	931,5
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн грн	Малі	Суб'єкти малого підприємництва
2018	1766150,4	730797,2
2019	1839875,9	858337,5
2020	2064120,7	987112,2

Джерело: побудовано автором за [2]

- Інтернет-магазини;
- онлайн-навчання;
- агентства Інтернет-маркетингу;
- ІТ-сектор тощо.

Зрозуміло, найбільший інтерес сьогодні проявляється до найменш ризикованих занять із погляду вкладень. Це можливість працювати не виходячи з дому, при цьому оформити себе

у статусі самозайнятого та працювати без співробітників та орендованого приміщення, деякі дозволені при коронавірусі види бізнесу з мінімальними вкладеннями або напрями, які найбільш затребувані чи найменш уразливі у періоди криз та пандемій, подібних COVID-19.

Подивимося, як змінилися звички населення у період карантину (рис. 2).

Нові звички українців, що склалися під час пандемії, помітно змінили спосіб життя населення. Як видно, більше половини населення (57,24%) стали проводити час удома, тому виникли й інші звички. Будь-якій людині, яка у звичайному житті цілими днями була в роботі або яких-небудь своїх справах, дуже складно підлаштуватися під умови, що склалися. Саме тому більшість нових звичок пов'язана з будинком. Так, близько 40% населення були змушені працювати вдома, деякі з них продовжують так працювати і сьогодні, тому що не треба витратити час на дорогу і т. ін.

Майже всі магазини, крім продовольчих, довгий час були закриті, і це змусило людей купувати різні товари на онлайн-платформах. Можна сказати, що майже кожен третій почав покупки онлайн, навіть якщо раніше його це не приваблювало. Служби доставки їжі стали набагато популярнішими під час карантину, тому що людям хотілося харчуватися не лише їжею домашнього приготування, а й ресторанною, як це було раніше. Близько 30% населення

України почали користуватися цією послугою. Онлайн-супермаркети та омніканальні ритейлери отримали набагато більше нових клієнтів, аніж невеликі продавці чи магазини зі змішаним асортиментом. У дослідженні зазначається, що з ймовірністю 90% користувачі, які відкрили для себе нового онлайн-продавця, залишаться надовго.

Карантин значно вплинув на спосіб життя кожного громадянина, використання звичних речей стало неможливим. Буденність та дозвілля завершилися на невизначений період. Але людям, як і раніше, потрібно робити дрібний ремонт, стригтися, чимось займати дітей. Для цього потрібні дві речі – знання та інструменти. Тому зараз важливо зрозуміти, чого не вистачає людям під час пандемії. Наприклад, під час карантину підскочила кількість запитів на фразу «як зняти гель-лак у домашніх умовах?». Якщо ще на початку травня 2019 р. кількість таких запитів не перевищувала 20 тис, то до кінця березня кількість таких запитів перевищила позначку 60 тис. Відповідно, бізнес-ідея на карантин і після – створити навчальний матеріал про зняття гель-лаку та запропонувати готовий бокс із потрібними витратними матеріалами та інструментами з доставкою додому.

Проаналізувавши все сказане вище, ми можемо зробити висновок про те, що карантин змінив звичний уклад людей. Вони стали більше купувати онлайн, побоюються людних

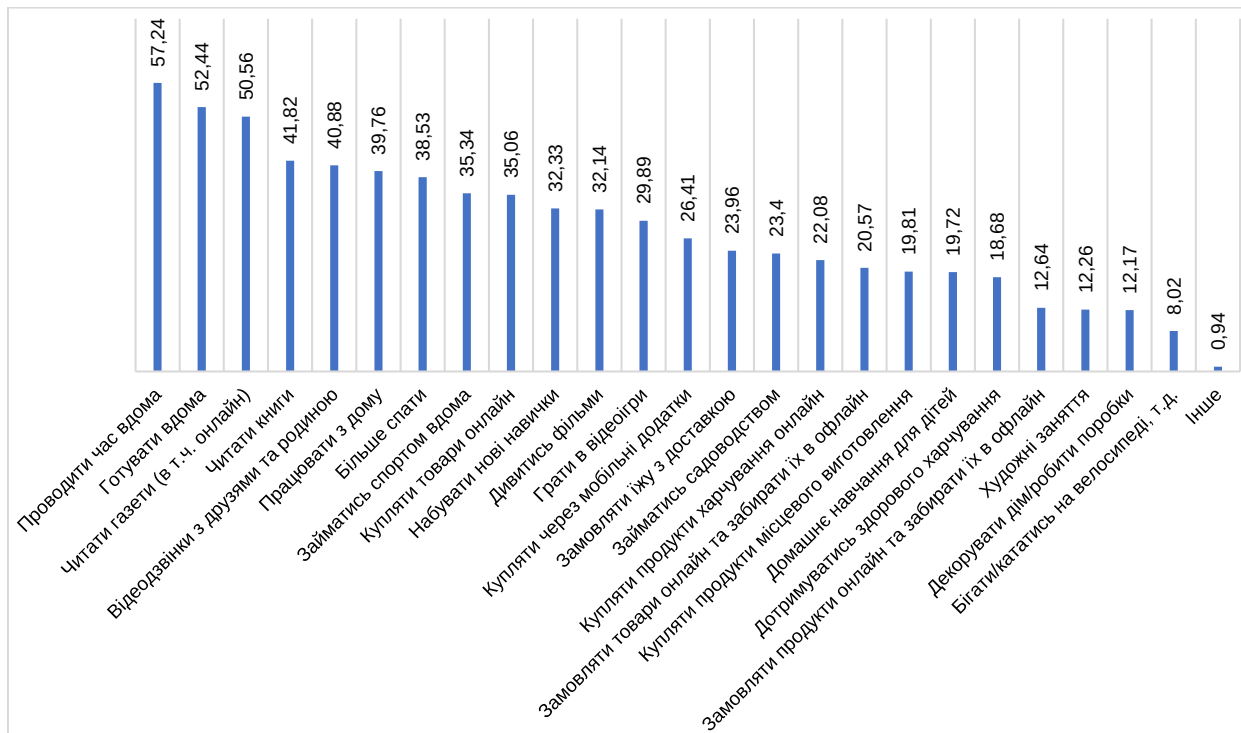


Рис. 2. Нові звички населення в період пандемії коронавірусу, % [3]

місць та роблять самостійно багато речей, за якими раніше зверталися до фахівців. Також можна скласти невеликий список бізнес-ідей, які будуть потрібні після пандемії коронавірусу:

– Інтернет-торгівля з доставкою, кур'єрські послуги. Великим плюсом для всього ринку стало те, що користувачі за час карантину звикли замовляти їжу та інші товари через додатки. Ті клієнти, які вперше замовляли доставку до локдауну, продовжуватимуть користуватися сервісом. Попит на доставку їжі та продуктів у 2021 р. зростатиме, навіть якщо пандемія закінчиться.

– Онлайн-навчання. Займатися онлайн можна у своєму ритмі. Завдяки можливості у будь-який момент повернутися до вивченого, затриматися на складній темі та швидко проскочити вже знайомий матеріал дорослі учні витрачають на 25–60% менше часу на навчання порівняно з класичним форматом.

– Онлайн-консультації з паралельним продажем товарів. Тренд на розвиток онлайн трохи спаде зі зняттям карантину, але потім відновиться, оскільки споживачі вже взяли за звичку онлайн-шопінг.

– Онлайн-розваги. В умовах пандемії у людей із доступних офлайн-розваг залишилася прогулянка до найближчого магазину чи аптеки. З іншого боку, з'явилося багато часу на книги, фільми та цікаві лекції. Карантин призвів до того, що люди користуються благами Інтернету: кінотеатрами, бібліотеками і навіть відвідують онлайн-бари. Чому б не скористатися цією тенденцією та не створити додатки для проведення дозвілля онлайн.

– Оренда замиської нерухомості. Необхідно відзначити сплеск зацікавленості в оренді примиської нерухомості. Витримати одне з головних правил карантину – соціальну дистанцію і при цьому не відмовляти собі в порції свіжого повітря та сонця, краще у будинку за містом.

Висновки з проведеного дослідження. Період пандемії COVID-19 є викликом для суб'єктів малого бізнесу. Під час пандемії COVID-19 вплив зазнали всі галузі: економіка, сільське господарство, охорона здоров'я та ін. Однією з галузей, на яку здійснюється сильний вплив, є економічний сектор, особливо для людей, які мають малі підприємства. Багато з них закривають свої магазини зі значними збитками. Тож необхідно мати стратегію щодо утримання малого бізнесу в громаді: підготувати бізнес до подальшого розвитку, скористатися перевагами соціальних мереж та перевагами цифрового маркетингу, переконатися, що грошовий потік підтримується здоровим, поліпшити якість продуктів і послуг, щоб клієнти відчували себе комфортно, перепланувати дохід і скоротити витрати, впровадити інноваційні продукти на основі потреб громади, проте все одно звертати увагу на стандарти якості продукції, максимізувати послуги доставки в той же день.

У майбутньому всі зміни, що відбуваються, тільки посилять бізнес, тому зараз не повинно стояти питання про те, чи це потрібно. Єдине важливе правило – це аналізувати перед упродовженням та прогнозувати повернення інвестицій. Добре, що сучасні маркетингові інструменти дають змогу це робити.

Список використаних джерел:

1. Реакция бизнеса на корона-кризис: главные факторы для стабильности бизнеса. URL: <https://mmr.ua/show/reakcziya-biznesa-na-korona-krizis-glavnye-factory-dlya-stabilnosti-biznesa> (дата звернення: 02.12.2021).
2. Показники діяльності суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємств (2010–2020). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/fin/pssg/pds_vsmm_2010-2020.xlsx (дата звернення: 12.12.2021).
3. Пандемія: як змінилось життя українців. URL: <https://umn.ua/news/3159> (дата звернення: 02.12.2021)
4. Пандемія COVID-19: аспекти впливу на економіку, систему охорони здоров'я та фармринок. URL: <https://www.apteka.ua/article/563524> (дата звернення: 02.12.2021).

References:

1. Reakciya biznesa na korona-krizis: glavnye factory dlya stabilnosti biznesa. Available at: <https://mmr.ua/show/reakcziya-biznesa-na-korona-krizis-glavnye-factory-dlya-stabilnosti-biznesa> (accessed 02 December 2021).
2. Pokaznyky diialnosti subiektiv velykoho, serednoho, maloho ta mikropidpriemstv (2010-2020). Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/fin/pssg/pds_vsmm_2010-2020.xlsx (accessed 12 December 2021).
3. Pandemiia: yak zminylos zhyttia ukraintsiv. Available at: <https://umn.ua/news/3159> (accessed 02 December 2021).
4. Pandemiia COVID-19: aspekty vplyvu na ekonomiku, systemu okhorony zdorovia ta farmrynok. Available at: <https://www.apteka.ua/article/563524> (accessed 02 December 2021).