



ЕКОНОМІКА ВОЄННОГО ЧАСУ

УДК 339.37:658.8+338.124.4(477)

DOI <https://doi.org/10.57125/econp.2024.04.29.02>

Війна в Україні та її вплив на динаміку роздрібного ринку та постачання товарів швидкого споживання

Тетяна Василівна Пономаренко

Аспірант кафедри Міжнародного Бізнесу, Інституту міжнародних відносин,
Київський національний університет ім. Т. Шевченко, Київ, Україна,
t_matviichuk@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-1642-898X>

Прийнято: 13.03.2024 | Опубліковано: 29.04.2024

***Анотація:** Актуальність питань опитування полягає в змінах, які відбулися на українському ринку роздрібної торгівлі та постачальників FMCG внаслідок загальної навали. Ці райони зазнали нищівних втрат, кількість роздрібних торговців і постачальників значно скоротилася, а деякі знаходяться на межі закриття. Але після впливу вони продовжували працювати, швидко адаптувалися до нових реалій і відновили свою діяльність. У майбутньому це вплине на всю економіку країни, особливо на роздрібну торгівлю та постачальників готової продукції. Метою цього дослідження є аналіз майбутнього впливу війни в Україні на ринок роздрібної торгівлі та постачальників готової продукції. Проаналізовано вплив наслідків війни на подальшу діяльність ритейлерів, ціноутворення, обсяг роботи та умови. Для досягнення цієї мети поетапно аналізувалися статистичні дані, дані громадських досліджень та опитувань, аналіз наукової літератури за 2022 рік, звіти міжнародних організацій. Основні результати. За допомогою*



емпіричного дослідження та аналізу наукової літератури та статистичних даних визначено основні чинники, що впливатимуть на галузь роздрібної торгівлі та постачальників готової продукції в майбутньому: зростання цін на сировину, дефіцит робочої сили, проблеми з логістикою, пошкодження або руйнування приміщень, недостатня ліквідність, зниження попиту, відключення електроенергії. Висновок полягає в тому, що вжиті державою стабілізаційні заходи є ефективними та вплинули на зниження інфляції. Аналізуючи споживчі ціни, виявлено вплив військових дій на їх зростання на 20-30% у 2022 році. Практична цінність цього дослідження полягає в тому, що воно може бути використане роздрібними торговцями та постачальниками готової продукції для покращення діяльності та відновлення після військових дій, а також національними органами влади для розробки та підготовки нормативних актів та впровадження заходів сприяння бізнесу через науковців у майбутніх наукових зусиллях.

Ключові слова: *роздрібна торгівля в майбутньому, проблеми з логістикою, підвищення цін, інфляція в Україні, економічна стабілізація, економічне відновлення.*

War in Ukraine and its Impact on the Dynamics of the Retail Market and Supply of Fast-Moving Consumer Goods

Tetiana Ponomarenko

Ph.D. student The Institute of International Relations of Taras Shevchenko

National University of Kyiv, Ukraine, t_matviichuk@yahoo.com,

<https://orcid.org/0000-0002-1642-898X>

Abstract: *The relevance of the survey issues lies in the changes that have occurred in Ukraine's retail market and FMCG suppliers due to the large-scale invasion. These sectors suffered devastating losses, the number of retailers and suppliers significantly decreased, and some are on the verge of closure. However,*



after being impacted, they continued to operate, quickly adapted to the new realities, and resumed their activities. In the future, this will affect the entire economy of the country, particularly retail trade and suppliers of finished goods. The purpose of this study is to analyze the future impact of the war in Ukraine on the retail market and suppliers of finished goods. The impact of the war on the further activities of retailers, pricing, scope of work, and conditions was analyzed. To achieve this goal, statistical data, public research, and surveys, analysis of scientific literature for 2022, and reports of international organizations were analyzed in stages.

Main results: Through empirical research and analysis of scientific literature and statistical data, the main factors that will affect the retail industry and suppliers of finished products in the future were identified: rising raw material prices, labor shortages, logistics problems, damage or destruction of premises, insufficient liquidity, reduced demand, and power outages. It was concluded that the stabilization measures taken by the state are effective and have impacted reducing inflation. Analyzing consumer prices, the influence of military actions on their growth by 20-30% in 2022 was revealed. The practical value of this study is that it can be used by retailers and suppliers of finished products to improve their activities and recover after military actions, as well as by national authorities for the development and preparation of regulatory acts and the implementation of measures to support businesses through scientists in future scientific efforts.

Keywords: *retail in the future, logistics problems, price increases, inflation in Ukraine, economic stabilization, economic recovery.*

Постановка проблеми Коли в Україні почалася війна, великі роздрібні торговці та постачальники споживчих товарів, що швидко обертаються, змогли втриматися та продовжити роботу, хоча навіть підприємства, розташовані в мирних районах, серйозно постраждали від війни. Вчені активно вивчали вплив війни на економіку та її оздоровлення. У цьому дослідженні розглядаються чинники впливу на роздрібну торгівлю та статус постачальників готової продукції, наслідки війни та визначення масштабів цих



факторів. Основні проблеми викликають зростання цін на сировину та паливо, зниження попиту на певні товари, проблеми з матеріально-технічним забезпеченням, пошкодження майна, перебої в електропостачанні та відключення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження, які зосереджуються саме на рівні зростання цін. Було вивчено фактори, що впливають на постачальників FMCG, зокрема проблеми в агросекторі, відсутність транспорту, мобілізацію водіїв тощо. Дослідження показало, що на територіях без активних бойових дій роздрібні ринки та постачальники споживчих товарів майже повністю відновили роботу та адаптувалися до нової ситуації, зокрема завдяки реалізації стабілізаційних заходів у сферах: податкове регулювання, соціальні товари. ціни, курси валют, національна кредитна політика, споживчий попит на окремі види продукції. Виявилось, що поведінка споживачів сильно впливає на стабільність торгової діяльності.

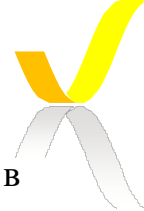
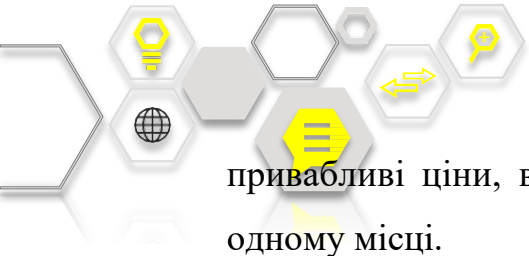
Мета дослідження та питання дослідження.

Метою цього дослідження є аналіз факторів впливу війни в Україні у 2022 році на майбутній розвиток роздрібного ринку та постачальників готової продукції.

Мета дослідження: Провести аналіз даних щодо впливу різних факторів на ринок роздрібної торгівлі та постачальників готової продукції та спрогнозувати майбутній вплив війни на ринок роздрібної торгівлі та постачальників готової продукції.

Гіпотеза дослідження: Пропонується подальша державна політика для підтримки розвитку українського сектору роздрібної торгівлі та його економіки, особливо через ринок криптоактивів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Торгівля споживчими товарами посідає одне з провідних місць в економіці України. Основними формами діяльності в цьому секторі є приватні підприємці та велика роздрібна торгівля, на останню припадає найбільша частка продажів. Роздрібний ринок задовольняє потреби споживачів, пропонуючи широкий асортимент товарів,



привабливі ціни, великий вибір і наявність різноманітних видів товарів в одному місці.

Зокрема, Стояненко І. В., виявив, що війна мала значний вплив і серйозні наслідки на національні економіки та світ. Питанням дослідження є вплив чинників війни на майбутню діяльність роздрібних торговців і постачальників [20]. Хоча війна почалася більше двох років тому, наукова література містить чимало праць з цих питань. Семенда О. проаналізувала внутрішнє середовище роздрібної торгівлі України під час воєнного стану та зазначив, що найбільше постраждали мережі з гіпермаркетами [18]. 3.

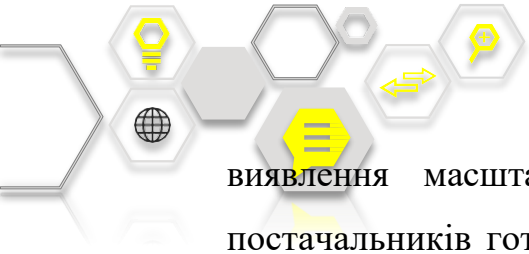
Витвицька О., відзначила позитивний вплив цифрового маркетингу на бізнес-діяльність під час війни та на подальший розвиток цифрової сфери (ринку криптовалют) [3].

НаДля досягнення поставлених цілей дослідження поєднує теоретичні відомості, статистичні дані, дані опитування, дослідження громадських організацій та виконання практичних завдань і здійснюється поетапно. Ці етапи: пошук статистичних даних, даних опитування компаній, міжнародних аналітичних звітів, аналіз статистичних даних і наукових джерел, порівняння та порівняння отриманих даних і складання висновків і рекомендацій. Емпіричною основою дослідження є статистичні дані Державної служби статистики України, звіти Міжнародного валютного фонду, опитування громадських організацій, наукові праці українських та зарубіжних учених.

Для досягнення поставлених цілей дослідження проводиться поетапно, поєднуючи теоретико-статистичний аналіз матеріалу з практичними завданнями. Ці етапи:

- Пошук емпіричних даних і наукових джерел;
- Аналіз призначених даних і джерел;
- Порівняйте дані за роками, щоб зробити висновки та рекомендації, а також прогнози.

Методологічною основою обрати загальнонауковий метод та систему спеціально-наукових методів. Аналітичний підхід обрано як основний метод



виявлення масштабів впливу війни на ринок роздрібної торгівлі та постачальників готової продукції. Комплексний підхід дає змогу поєднати знання та практику з різних галузей, особливо сільського господарства та соціології. Спільний підхід дає змогу визначити подальший напрямок розвитку торговельного підприємства.

Війна в Україні у 2022 році завдала серйозних збитків країні, бізнесу та громадянам. Північна, центральна та східна Україна опинилися в зоні бойових дій. Це призвело до масової втрати населення, внутрішньої та зовнішньої міграції та непоправної шкоди житлу та інфраструктурі. Економіка країни зазнала відчутних наслідків: падіння реального ВВП, зростання інфляції, перебоїв в торгівлі та безпрецедентне зростання дефіциту бюджету [18].

Пошкоджено або зруйновано у 2022 році щонайменше 195 промислових об'єктів і підприємств, 231 медичний заклад, 940 закладів середньої та вищої освіти, 543 дитячі садки, 295 мостів і шляхопроводів, 151 склад, 4 об'єкти культури, 11 цивільних і 11 військових аеропортів, понад 6800. житлових будинків і 33,7 млн квадратних метрів житлової площі [25]. В економічному плані перші етапи війни завдали значних збитків, особливо в харчовій промисловості, яка втратила 30,249 млрд. грн. (60%), продажі одягу та взуття склали 5,833 млрд. грн.; 3,592 млрд грн (7%), виручка від реалізації ювелірних виробів склала 1,182 млрд грн (2%). Найбільші збитки в цих галузях викликані пошкодженням будівель, знищенням складів та інвентарю [15]. Усі ці події неминуче вплинули на український ринок роздрібної торгівлі та постачальників FMCG, адже відновлення потребує значних ресурсів, часу та грошей.

З початком повного наступу економіка країни виглядає на межі колапсу, а населення — на межі повної бідності. Проте швидка адаптація можлива завдяки внутрішнім стабілізаційним заходам, монетарній політиці та політиці валютного курсу. Девальвація обмінного курсу гривні стабілізує валютні резерви та підтримує загальну макроекономічну та фінансову стабільність [1]. У перші тижні війни український Кабмін визначив роздрібну торгівлю

продуктами харчування як стратегічну галузь економіки [8]. Зіткнувшись з новою кризою у формі тотальної військової агресії, роздрібні торговці змогли адаптуватися швидше, ніж криза, спричинена пандемією. Можна сказати, що українська економіка, яка зазнала великих втрат, завдяки діям уряду стабілізувалася та адаптувалася до змін, дозволивши продовжити роботу підприємств, виробництво, внутрішню торгівлю, імпорт, експорт, сплату податків тощо. , заробітна плата, соціальні виплати [7, с. 56].

Один із лідерів національної економіки, ринок роздрібної торгівлі отримав дохід у 9,4 мільярда доларів у 2021 році. Станом на червень 2022 року сума збитків роздрібної торгівлі становила 50 мільярдів гривень [15].

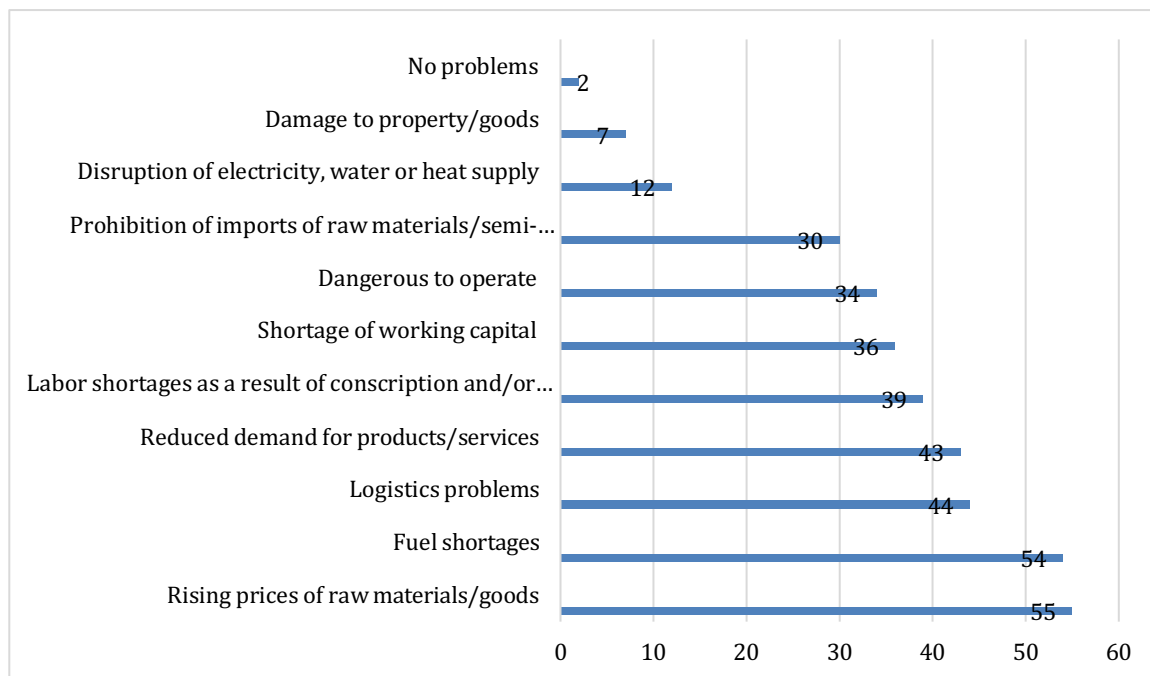
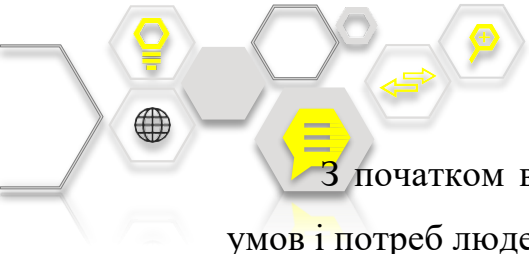


Рис. 1. Вплив війни 2022 року на роздрібний ринок та постачальників готової продукції в Україні був значним

У 2022 році 98% ритейлерів та постачальників FMCG в Україні почули на собі вплив війни. Найочевиднішими наслідками було зростання цін на сировину та паливо, нестача сировини та палива в перші місяці війни, матеріально-технічні проблеми, скорочення споживчого попиту, нестача робочої сили та оборотних коштів, заборона та загрози імпорту. Проблеми з електропостачанням та матеріальні збитки виявилися меншими.



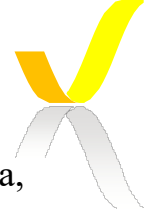
З початком війни роздрібні ринки відновили роботу, адаптуючись до умов і потреб людей, особливо в зонах конфлікту. Фактори, що впливали на роздрібний ринок військового часу, включали як негативні, так і стабілізуючі фактори.

Основними факторами, що негативно впливають на ринок роздрібної торгівлі, є:

- відсутність обігових коштів;
- висока вартість оренди та комунальних послуг;
- Логістичні відмінності;
- Високі податки [18].

З метою стимулювання виробництва соціально важливої продукції державою прийнято рішення про скорочення термінів розрахунків для постачальників соціальної продукції до 10 днів. Однак більш короткі терміни платежу можуть чинити великий тиск на оборотний капітал. Через зниження рентабельності в 4-5 разів потреби в оборотних коштах зросли до 1 мільярда гривень. Уряд України вирішив надати підприємствам, які продають продукти харчування, можливість отримувати кредити на вигідних умовах. Це рішення мало негативний вплив на інші види бізнесу, оскільки роздрібні торговці, орендодавці, постачальники та виробники потребували фінансової підтримки від держави під час та після війни [18].

У кризових ситуаціях більшість компаній стикаються з проблемами – порушеннями стабільних ланцюгів поставок, неякісним виконанням зобов'язань контрагентами, втратою налагоджених каналів збуту, загальним падінням попиту та втратою прибутку через курсову різницю [7]. Більшість виробників припинили постачання продукції мережевим магазинам і розподільчим центрам, залишивши цю відповідальність роздрібним торговцям. Витрати на матеріально-технічне забезпечення зросли через брак автотранспорту, мобілізаційних водіїв та високі витрати на паливо в перші тижні війни. Ціни на соціальні продукти для виробників зросли на 5–25%



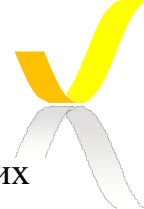
(хліб, вода тощо), а на інші товари – навіть на 50% (м'ясні продукти) (Semenda, 2022).

За даними Семенди, ускладнилися умови використання оборотних коштів для розрахунків, інкасації та інших процедур. Безготівкове обслуговування клієнтів і зняття готівки стали пріоритетом для роздрібних торговців [18].

Велика кількість компаній втратили склади та дистрибуційні центри, серед них: АТБ (втрата дистрибуційного центру), Фокстрот (втрата магістралі), Fozzi Group (втрата заморожених товарів і продуктів на 560 млн грн), LC Waikiki (втрата магістраль), а також товарів на суму не менше 1 мільярда гривень [8]. В українських Metro Cash&Carry (наприклад, Metro в Маріуполі), українських супермаркетах Auchan та інших мережах, та NOVUS Україна, із суттєво скороченими торговими площами. Для такого роздрібного продавця втрати навіть великого магазину є величезними. Метро Україна Кеш енд Кері втратила 17,6% приміщень (32 400 кв. м), Ашан втратив 12,4% приміщень (22 150 кв. м), а NOVUS втратив 9% приміщень (14 345 кв. м). Велика Кишеня, Велмарт та інші скоротили площу на 16% порівняно з попереднім роком (тобто 18 160 м²), Таврія Б, ЕКО, Омега (VARUS) з 10,7% до 8,1%, Копійка – зменшили на 5,7% або 3030 м² [15].

Значно змінилися попит на товари та купівельна спроможність. Основний товарообіг роздрібного торговця спрямований на продаж товарів з обмеженим прибутком магазину, який не покриває всіх витрат магазину. Товари з високою вартістю, алкогольні напої, можуть компенсувати невелику націнку на соціальні товари, але вони не продаються в багатьох регіонах, оскільки в цих регіонах асортимент значно зменшився [18].

Під час війни мережі роздрібної торгівлі зіткнулися з проблемами збору, резервування готівки та обміну, тоді як населення зіткнулося з проблемами зняття готівки через несправність систем банкоматів і відсутність банківських послуг у фізичних відділеннях банків. У цьому контексті деякі роздрібні компанії продемонстрували корпоративну соціальну відповідальність,



розробивши та запусивши системи збору платежів, за допомогою яких громадяни знімають гроші з банківських рахунків у касах [8].

Негативним фактором також є брак персоналу, особливо чоловіків, який може виконувати ручну роботу, пов'язану з організацією складів, торгових залів та логістичними операціями [18].

У перші місяці війни не вистачало продовольства та основних потреб. У торговельній мережі «Епіцентр» відзначили, що попит на меблі впав на 57%, на покриття для підлоги — на 66%, на будматеріали — на 47%. Водночас мережа помітила зростання продажів продуктів тривалого зберігання, продажі яких зросли в 2,5 рази порівняно з аналогічним періодом 2021 року [15].

Восени 2022 року до вже згаданих негативних факторів, що впливають на роздрібний ринок, додаються тривалі відключення електроенергії. Асоціація ритейлерів України провела опитування великих торгових мереж, щоб дізнатися, як вони працюють під час відключень електроенергії.

Навіть під час збою мережа «Фокстрот» продовжувала працювати та публікувала на сайті Foxtrot.ua актуальну інформацію про особливості роботи під час збою, не відчувши падіння трафіку та продажів. Мережа Allo забезпечує безперебійним електропостачанням 50 магазинів у торгових центрах по всій країні, але помітила падіння продажів приблизно на 20% під час періодичних відключень електроенергії. Eldorado намагається підтримати споживачів, пропонуючи додаткові знижки споживачам, які повертаються, щоб завершити свої покупки після авіаудару або відключення електроенергії. Мережа «MasterZoo» очікує, що всі 117 магазинів у 27 містах України обмежать використання електроенергії та не відчують падіння продажів. Аптечна мережа АНЦ змінює логістику лікарських засобів, що потребують особливих умов зберігання: менші партії, частіші поставки [4].

Роздрібні торговці сказали, що вони адаптувалися до збоїв і що втрати були набагато нижчими, ніж очікувалося.

Понад вісім місяців тривали авіаудари по Україні. Під час авіаудару торговельні приміщення були закриті, а всіх покупців попросили негайно



залишити приміщення. Це створює додаткові збої в роздрібній торгівлі, знижує продажі та збільшує потенціал для крадіжок.

Збої в бізнесі, спричинені війною, по-різному вплинули на різні сектори постачальників FMCG. Тому про найпоширенішу проблему – підвищення вартості сировини чи матеріалів – найчастіше повідомляють представники текстильної, швейної та взуттєвої промисловості (73%). У машинобудівній галузі найбільша частка респондентів, які скаржаться на труднощі з транспортуванням сировини чи товарів в межах України (55%) та брак робочої сили (24%). Представники хімічної промисловості найчастіше повідомляли про проблеми з нестачею обігових коштів і перебоями в ланцюзі поставок (45% і 66% респондентів галузі відповідно). У сфері металургії та металообробки частіше, ніж в інших галузях, згадуються такі проблеми, як зниження попиту на продукцію чи послуги (64%) та державний контроль обмінного курсу (52%) [9].

Постачальники FMCG сильно постраждали від аграрного сектору країни, який також зазнав величезних втрат: окуповані території, ризики сівозміни, логістичні проблеми, цілеспрямоване звільнення сільськогосподарської техніки, нестача робочої сили, крадіжки їжі, нерозірвані боєприпаси та мінні поля тощо. Виробництво сповільнилося. . діяльність. В умовах війни виробник, постачальник готової продукції, змушений був нести додаткові витрати та залучати новий трудовий потенціал. Зокрема, зросли ціни на м'ясо, молоко, яйця тощо. З іншого боку, скорочення експорту сільськогосподарської сировини, зерна та інших культур запобігло виникненню дефіциту цієї продукції та дозволило підвищити ціни для виробників і постачальників готової продукції.

Таблиця 1

Аналіз змін у споживчих цінах на товари та послуги

Назва	Вересень 2022 до серпень 2022 р	Вересень 2022 до Вересень 2021 року	січень-вересень 2022 року по січень-вересень 2021 року
Споживчі ціни	1,9	24,6	18,0



Продукти харчування, безалкогольні напої	1,9	31,7	23,7
Продукти харчування	1,8	32,1	24,3
хлібобулочні вироби	-0,1	36,6	28,8
хліб	0,6	24,9	22,3
паста	0,8	31,0	23,2
М'ясо, м'ясні продукти	3,1	22,0	16,7
риба, рибні продукти	3,4	40,7	25,1
молоко	1,3	19,4	18,0
сир	1,9	22,3	18,0
яйця	22,7	14,2	-1,6
масло	1,8	25,9	22,4
соняшникова олія	0,2	10,1	14,2
фрукти	9,8	45,9	16,7
овочі	-10,4	84,8	70,1
цукор	3,6	26,8	20,4
Безалкогольні напої	3,6	29,8	16,4
Тютюнові вироби, алкогольні напої	1,1	21,2	15,8
Одяг, взуття	9,8	0,1	-4,1
Одяг	9,2	-1,4	-4,7
Взуття	10,5	1,3	-4,3
Фармацевтична продукція та медичні товари	1,6	20,6	13,6
Транспорт	0,4	41,1	28,4
Паливно-мастильні матеріали	-1,3	66,2	53,6

Порівняно з вереснем 2021 року у вересні 2022 року продукти харчування та безалкогольні напої подорожчали в середньому на 31,7%, алкогольні напої та тютюнові вироби – у середньому на 21,2%, зросли ціни на ліки та медичне обладнання в середньому на 20,6%, а транспортні перевезення подорожчали в середньому на 41,1%, паливно-мастильні матеріали – на 66,2%. Ледь не подорожчав одяг і взуття – лише на 0,1%.

З серпня по вересень 2022 року ціни дещо зросли і ситуація стабілізувалася. У вересні продукти харчування подорожчали на 1,9%. Найбільше подорожчали яйця (22,7%). На 12,1-3,1% подорожчали фрукти, рис, цукор, безалкогольні напої, риба та рибопродукти, м'ясо та м'ясопродукти. Ціни на тютюнові вироби та алкогольні напої зросли на 1,1%, зокрема на тютюнові вироби – на 1,3%, на алкогольні напої – на 0,8%. У вересні 2022 року одяг і взуття подорожчали на 9,8%, у тому числі взуття подорожчало на 10,5%, одяг – на 9,2%. Водночас знизилися ціни на деякі продукти – овочі подешевшали на 10,4%, а круп'яні продукти – на 4,3% [5].

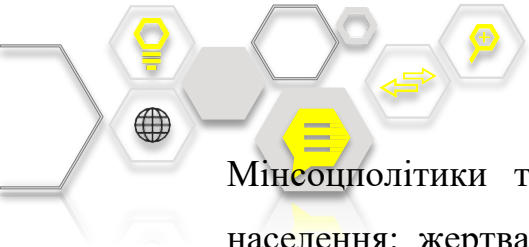


З серпня по вересень 2022 року ситуація стабілізувалася, ціни на більшість споживчих товарів зросли лише на 2-5%, а ціни на паливно-мастильні матеріали, овочі (-10,4%), хліб і хлібобулочні вироби (-0,1) знизилися 1- 10%. Зовсім інша ситуація з цінами на одяг і взуття з початком війни ціни на ці товари почали стрімко падати, але в серпні-вересні 2022 року ці товари зросли [5].

За даними Державної служби статистики України, рівень інфляції на споживчому ринку у вересні 2022 року порівняно з серпнем 2022 року становив 1,9%, а з початку року – 21,8%. Аналіз зростання цін на споживчі товари свідчить про дієвість та дієвість стабілізаційних заходів, вжитих роздрібними торговцями та постачальниками промтоварів на ринку. Постачальники товарів народного споживання запровадили всі стабілізаційні заходи, їхня діяльність підтримується державою, тому частка компаній, які повідомляють про збільшення виробництва, зросла майже вдвічі – з 13,5% у серпні до 26,8% у вересні. Водночас частка респондентів, які стверджують, що змін не відбулося, знизилася з 63,5% до 51,9%. Найкраще у харчовій промисловості (0,26) та виробництві тканин, одягу та взуття (0,24). Індекс друку 0,11. Показники для інших галузей негативні, найнижчі показники у металообробній (-0,44) та деревообробній (-0,35).

Для забезпечення стабільності платіжної інфраструктури та використання цифрових платежів також припинено комісійні для банків-еквайрів та ініціаторів, які ведуть бізнес в Україні. Банківська галузь і роздрібні торговці повинні продовжувати цю практику, щоб забезпечити стабільність платіжної системи до закінчення воєнного стану. Збільшення темпів придбання матиме негативний вплив на сектор роздрібної торгівлі [18].

З метою стабілізації своєї діяльності та сприяння розвитку мережі деякі торговельні мережі та постачальники перейняли Активно займається громадською діяльністю та займається благодійністю. Наприклад, мережа супермаркетів «Сільпо» залучає іноземну гуманітарну допомогу, організовує логістику та облаштовує пункти роздачі у своїх супермаркетах, співпрацює з



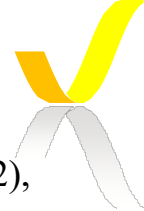
Мінсоцполітики та надає гуманітарну допомогу незахищеним верствам населення: жертвам війни, малозабезпеченим сім'ям тощо. діти, інваліди, люди похилого віку, інші вразливі верстви населення [18].

Для стабілізації економіки країна розробила план переселення бізнесу та використовувала власний залізничний транспорт та поштову доставку. Можливості для підприємств, розташованих на ворожих територіях, перенесли в безпечні райони: Тернопіль, Закарпаття, Львів, Хмельницький, Вінниця, Чернівці, Івано-Франківськ, Волинь та Рівне [15].

Уряд послабив податкове навантаження на бізнес перед тим, як вжити стабілізаційних заходів для підтримки ринку роздрібних торговців і постачальників готової продукції. Платники податків з оборотом до 10 мільярдів гривень і необмеженою кількістю працівників можуть обрати спрощену систему оподаткування, згідно з якою податок на прибуток і податок на додану вартість замінено на 2% ставку на прибуток. доданий податок – це підвищення [13].

Особливої уваги заслуговують логістичні процеси, які зазнали значних змін як для роздрібних мереж, так і для постачальників готової продукції. До Першої світової війни більшість ритейлерів налагоджували свої ланцюги поставок за класичною схемою – через розподільчі центри (РЦ), більшість з яких були зосереджені під Києвом (Стоянка, Гостомель), тобто на окупованій території. Зазнала окупації та обстрілів у перші дні війни. У результаті велика кількість компаній втратили свої склади та центральні офіси [8].

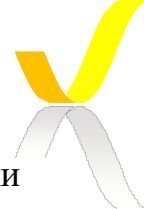
За останні кілька років Україна зайняла лідируючі позиції у впровадженні крипто валют. З початком війни цей процес тільки прискорився. Після початку бойових дій криптовалюти стали активним каналом фінансування оборони, благодійних організацій та Збройних сил України. Це відкриває нові можливості для виходу з сумнівних класів цифрових активів і значно популяризує ці активи серед громадян. Законодавство дозволяє використовувати цифрові активи та вживає заходів для їх захисту. Єдине, що потрібно врегулювати – це оподаткування криптоактивів [24].



На Міжнародній конференції «Відновлення України» (URC 2022), присвяченій українській економіці, прем'єр-міністр України Денис Шмигаль презентував проект «Відновлення України», який передбачає бюджет у \$750 млрд на 10 років. У 2017 році в аграрний сектор було інвестовано 37 мільярдів доларів США, 7,7 мільярдів доларів США було використано для виробництва сільськогосподарської продукції з високою доданою вартістю, 1,6 мільярдів доларів США було використано для рекультивації пошкоджених війною земель, а 5,5 мільярдів доларів США було використано для збільшення поголів'я худоби. виробництва. У документі зазначено, що планується залучити 6,5 мільярдів доларів США для відновлення 10 500 українських сільськогосподарських підприємств після війни до 2032 року [11]. Ці заходи дозволять у майбутньому знизити собівартість продуктів харчування, що, в свою чергу, позитивно вплине на роздрібний ринок і постачальників готової продукції, забезпечуючи їм можливості для розвитку, зниження цін, підвищення заробітної плати та своєчасної сплати податків.

Якщо роздрібна торгівля та постачальники готової продукції отримують підтримку з боку держави через коригування ціноутворення на окремі споживчі товари, звільнення від податкового тягара, зниження вартості комунальних послуг та оренди, спеціальні державні програми підтримки підприємництва. Стабільна робота збуту зерна в дуже складних умовах бойових дій є запорукою національної продовольчої безпеки та швидкого відновлення економіки. Інші галузі також покладаються на продаж продуктів харчування, зберігаючи роботу для мільйонів українців і добробут країни [18].

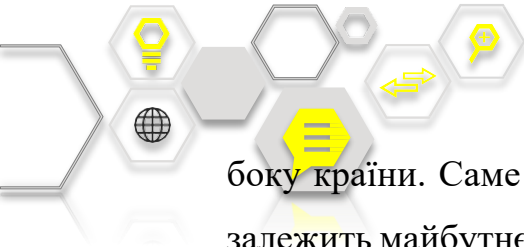
Окрім фінансових та вищезгаданих факторів, на майбутній ринок роздрібної торгівлі в Україні також впливає людський фактор. Було проведено кілька досліджень, які показують, що цінності людей змінилися. Зіткнувшись із неспровокованою агресією та відчувши пряму загрозу своєму виживанню, український народ перебудував свою систему цінностей. Через загрозу фізичного виживання кожен індивід реагує на цю загрозу індивідуально відповідно до власної ієрархії цінностей і відповідно відіграє свою роль у



спільній зусиллі збереження держави та нації. Деякі люди готові взяти в руки зброю і мати фізичний контакт із загарбниками; інші зосереджуються на матеріально-технічній допомозі, гуманітарній підтримці та забезпеченні соціального забезпечення, Вимушено переміщені особи, а також військові та місцеве населення [12].

Ми вважаємо, що торгівля готовою продукцією та виробництво також заслуговують на особливу увагу, оскільки вони допомагають стабілізувати економіку країни. Також варто звернути увагу на дослідження Бойка В. щодо міжнародної торгівлі та розвитку роздрібно торгівлі в Україні та виробництва швидкооборотних споживчих товарів у цьому напрямку для виходу на міжнародний ринок [1]. Ми згодні з висновками Щербини В. щодо розвитку логістичного потенціалу України, збільшення можливостей використання сухопутних та внутрішніх водних шляхів для імпорту та експорту товарів для відновлення міжнародної торгівлі у разі блокування морських портів. Дослідження вказує на те, що взаємодія між роздрібними продавцями FMCG і постачальниками є взаємопов'язаними торговими зв'язками. Це дослідження є логічним продовженням наукової роботи та викликає багато запитань та потребує подальших досліджень [21].

Висновки. Війна в Україні може завдати величезного удару її економіці та торгівлі. Збитки роздрібних торговців і постачальників можуть призвести до банкрутства бізнесу. Завдяки спільним діям суспільства, уряду та бізнесу, роздрібні торговці та постачальники змогли відшкодувати збитки та відновити роботу. Багато з цих підприємств надають гуманітарну допомогу постраждалим і матеріальну допомогу військовим. Іншими словами, незважаючи на нестабільність, у роздрібних торговців і постачальників все ще є шанс досягти довоєнного рівня отримання прибутку в майбутньому. Роздрібний ринок і постачальники FMCG взаємопов'язані, кожен піклується про розвиток іншого і взаємопов'язаний. Проблеми, з якими стикаються роздрібні продавці та постачальники, майже ідентичні. Домінуюча позиція України у сфері торгівлі не може бути відокремлена від уваги та підтримки з



боку країни. Саме від стабілізації економіки та відновлення інфраструктури залежить майбутнє українських ритейлерів і постачальників готової продукції. Це триватиме значний час і залежатиме від подальших подій і закінчення війни.

Перспективи подальших досліджень. Дослідження показало, що більшість авторів зосереджувалися на торгівлі і не досліджували окремо роздрібний ринок, який має свої особливості. У науковій літературі наводяться суперечливі висновки щодо ефективності валютного регулювання та податкового навантаження. Це питання потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел

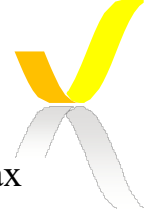
1. Бойко В., Бойко Л. Сучасний стан міжнародної торгівлі як основна форма міжнародного бізнесу. *Фінансовий простір*. 2022. Том 1, № 45. С. 49–57. URL: [https://doi.org/10.18371/fp.1\(45\).2022.495758](https://doi.org/10.18371/fp.1(45).2022.495758) (дата звернення: 13.01.2024).
2. Василенкова А. Ю., Ярова О. А. Побудова регіональних прогнозів (прогнозування соціально-економічного розвитку конкретного регіону України). *Прогресивні дослідження в сучасному світі*: Матеріали 2-ї Міжнародної науково-практичної конференції Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (Бостон, США 2-4 листопада 2022 р.). Бостон, 2022. с. 542. URL: <http://surl.li/drvnw> (дата звернення: 13.01.2024).
3. Витвицька О., Суворова С., Корюгін А. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. *Економіка і суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-66> (дата звернення: 13.01.2024).
4. Горобець О. Ю. Міжнародна торгівля України під час війни. У: М. Р. Аракелян, К. І. Спасова (ред.). *Українське суспільство в умовах воєнного стану: сучасні виклики та напрямки розвитку: матеріали Всеукраїнської*



наукової конференції молодих вчених (с. 577-579). Одеса, 6 червня 2022 р.

Отримано 15 листопада 2022 р. URL: <http://surl.li/drvpf> (дата звернення: 13.01.2024).

5. Державна служба статистики України. Індекси цін, експрес-випуск. Отримано 15 січня 2024 р. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cit.htm (дата звернення: 13.01.2024).
6. Ішук Ю., Порохня В. Політика імпорту: загальні цілі та поточні проблеми України. *Галицький економічний журнал*. 2022. Том 2, № 75. С. 105–111. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.02 (дата звернення: 13.01.2024).
7. Коба О. Вплив війни на будівельний бізнес в Україні. *Вісник а перспективи*. 2022. Том 10, № 17. С. 22–29. URL: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-10\(17\)-22-29](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-10(17)-22-29) (дата звернення: 13.01.2024).
8. Константиновський Л. Л. Зміни корпоративної соціальної відповідальності роздрібних підприємств на початку російської агресії в Україні 2022 року. Видавництво «Baltija Publishing» (с. 151-159). Отримано 15 листопада 2022 р. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6420/13273-1> (дата звернення: 13.01.2024).
9. Інститут випустив Дев'яте Щомісячне опитування підприємств «Український бізнес під час війни». *Інститут економічних досліджень та політичних консультацій*. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/institute/news?pid=7112> (дата звернення: 24.01.2024).
10. Лісіца, В. В., Михайленко, О. М. Напрямки розвитку закупівельно-логістичної діяльності мережевого роздрібного бізнесу в умовах воєнного стану. *Мережевий бізнес: формування, проблеми, інновації*: матеріали XII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Полтава, 27-28 квітня 2022 р.) Полтава, 2022. С. 140-143.



11. Негрей М., Тараненко А., Костенко І. Аграрний сектор України в умовах війни: проблеми та перспективи. *Економіка і суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-38> (дата звернення: 13.01.2024).
12. Неприцька Т. І. Формування ціннісних орієнтацій в суспільстві в умовах війни: реалії України. *Політичне життя*. 2022. № 3. С. 93–97. URL: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2022.3.11> (дата звернення: 24.06.2024).
13. Онешко С., Башлай С., Короленко О. Особливості збереження та підтримки економічного потенціалу України в умовах війни. *Економіка і суспільство*. 2022. № 40. URL: <http://surl.li/drvss> (дата звернення: 13.01.2024).
14. Павлова В. А. Шляхи розвитку внутрішньої роздрібної торгівлі в післявоєнний період. *Академічний огляд*. 2022. Том 1, № 56. С. 42–52. URL: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2022-1-56-5> (дата звернення: 13.01.2024).
15. Пашкуда Т., Афенді А. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка і суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-73> (дата звернення: 13.01.2024).
16. Підоричева І. Післявоєнне відновлення Європи: досвід та уроки для України. *Журнал європейської економіки*. 2022. Том 21, № 2. С. 190–207. URL: <http://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/1592/1592> (дата звернення: 13.01.2024).
17. Сак Т., Біло І., Ткачук. Екологічні та економічні наслідки російсько-української війни. *Економіка і суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6> (дата звернення: 13.01.2024).
18. Семенда О. Аналіз внутрішнього середовища роздрібної торгівлі в Україні під час воєнного стану. *Збірник наукових праць «SCIENTIA»*. 2024. С. 26–28. URL: <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/157> (дата звернення: 26.01.2024).

- 
- 
19. Симоненко К. Бізнес у п'їтми: як торговельні мережі України прилаштувалися до постійного відключення електроенергії. *Асоціація ритейлерів України – The profile association of retail market players*. 15 листопада 2022 р. URL: <https://rau.ua/dosvid/bez-svitla-torgovelni-merezhi/> (дата звернення: 24.01.2024).
20. Стояненко І. В., Урсатій А. Є. Війна в Україні: наслідки для національної економіки та світу. «Advancing in research, practice, and education»: матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції (Флоренція, Італія, 10-13 травня 2022 р.). Флоренція, 2022. С. 171–177. URL: <https://cutt.ly/TZPogIO> (дата звернення: 13.01.2024).
21. Щербина В. Формування і розвиток логістичного потенціалу України в умовах воєнного стану. *Трансформація національних, зарубіжних моделей економічного розвитку та законодавства в умовах воєнного часу*: Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 27-29 червня 2022). Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки 2022. С. 296-298. URL: <http://surl.li/drvo> (дата звернення: 13.01.2024).
22. Єлісеєв В. Діяльність торговельних підприємств у кризовій ситуації. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти формування*: матеріали міжнародної наукової інтернет-конференції (Тернопіль, 18-19 жовтня 2022). Тернопіль, 2022. Вип. 71. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/ua/articles/year-2/rozdil-17/pidrozdil-52/pidrozdil2-0/page-1/> (дата звернення: 13.01.2024).
23. International Monetary Fund. Ukraine: Request for Purchase Under the Rapid Financing Instrument-Press Release; Staff Report; and Statement by the Executive Director for Ukraine. October 19, 2022, Country Report No. 2022/323. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2022/10/19/Ukraine-Request-for-Purchase-Under-the-Rapid-Financing-Instrument-Press-Release-Staff-524913?cid=em-COM-123-45549>

- 
- 
24. Ющишина Л. Особливості крипторинку в умовах військового часу. *Трансформація національної, закордонної моделей економічного розвитку та законодавства в умовах воєнного часу*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції ВНУ ім. Лесі Українки, (Луцьк, 27-29 червня 2022 року). Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. С. 126-128.
25. Загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі України через війну, сягає \$151,2 млрд – оцінка станом на 1 вересня 2023 року. *Kyiv School of Economics*. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-cherez-viynu-syagaye-151-2-mlrd-otsinka-stanom-na-1-veresnya-2023-roku/> (дата звернення: 24.01.2024).
26. Rasulov, R. (2023). Automation of Direct Sales Processes as a Driver of Economic Efficiency in the Restaurant Industry: A Descriptive Study. *Futurity of Social Sciences*, 1(3), 79–94. <https://doi.org/10.57125/FS.2023.09.20.06> (date of access: 24.01.2024)