

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

УДК 339.3

Данило Світлана Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі
Ужгородський торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету*

Danylo Svitlana

*PhD in Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management, Entrepreneurship and Trade
Uzhhorod Institute of Trade and Economic of
State University of Trade and Economics
ORCID: 0000-0003-3300-7172*

Петик Михайло Михайлович

*магістр кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі
Ужгородського торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету*

Petyk Mykhailo

*Master Degree Student of the Department of
Management, Entrepreneurship and Trade
Uzhhorod Institute of Trade and Economic of
State University of Trade and Economics*

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ В ПЕРІОД ВІЙНИ

RETAIL TRADE IN THE PERIOD OF WAR

Анотація. Стаття присвячена аналізу підприємств роздрібної торгівлі в умовах негативного впливу воєнних і бойових дій, що тривають на території України. Досліджено поточний економічний стан цих

підприємств, а також розглянуто досвід у цій сфері. Роздрібна торгівля є однією з найважливіших галузей економіки України. Вона забезпечує населення товарами та послугами першої необхідності, а також створює робочі місця. Для реалізації цих перспектив необхідно вжити заходів щодо покращення економічного стану підприємств роздрібної торгівлі, а також створення сприятливого середовища для їх розвитку. Проаналізовано, що провідні торговельні мережі України за 17 місяців війни майже відновили довоєнну кількість діючих магазинів. Розглянуто кількість закритих та відкритих об'єктів продовольчих та продуктових торговельних об'єктів роздрібної торгівлі. Динаміка магазинів роздрібної торгівлі харчових продуктів за воєнний період відновили роботу з продажу харчових продуктів, а непродуктовий ритейл став іще однією галуззю, яка почала розширення мереж, а не тільки відновлювати втрачене за час війни. Сформовано негативні наслідки впливу збройних конфліктів на сферу роздрібної торгівлі та запропоновано заходи покращення роздрібної торгівлі, які можуть допомогти роздрібним торговельним підприємствам впоратися з труднощами в період війни.

Ключові слова: *торгівля, роздрібна торгівля, ритейл, підприємства роздрібної торгівлі, торговельні об'єкти.*

Summary. *The Article is dedicated to the analysis of retail trade enterprises in the conditions of the negative impact of military and hostilities, which are ongoing in the territory of Ukraine. The current economic condition of these enterprises was studied, as well as the experience in this field was considered. Retail trade is one of the most important branches of the Ukrainian economy. It provides the population with essential goods and services, and also creates jobs. To realize these prospects, it is necessary to take measures to improve the economic condition of retail trade enterprises, as well as to create a favourable environment for their development. It was analyzed that the leading*

retail chains of Ukraine almost restored the pre-war number of operating stores during the 17 months of the war. The number of closed and open food and grocery retail trade facilities was considered. The dynamics of food retail stores during the war period - resumed work on the sale of food products, and non-food retail became another branch that began to expand networks, and not only restore what was lost during the war. The negative consequences of the influence of armed conflicts on the retail trade are formed and measures to improve retail trade are proposed, which can help retail trade enterprises to cope with difficulties during the war.

Key words: *trade, retail trade, retail, retail trade enterprises, trade facilities.*

Постановка проблеми. Роздрібна торгівля виконує важливу соціальну та економічну роль в системі регіонального господарства та економіки України, зокрема. Це вид економічної діяльності, який набув найбільшого поширення за діловою активністю, чисельністю суб'єктів господарювання та об'єктів продажу товарів, а також провідних позицій за обсягами доходу, зайнятості, інвестицій, тому розгляд стану суттєвих негативних тенденцій які впливають на роздрібну торгівлю у зв'язку з проявом впливу економічних коливань та збройного конфлікту на суб'єкти господарювання, актуалізується завданням вивчення проявів зменшення негативних наслідків, контролю та чинники стабілізації ситуації що склалася.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам оцінки розвитку торговельних мереж та розвитку торгівлі приділяється значна увага у працях вітчизняних В.В. Апопій [7], В.Б. Васюта [2], Н. Голошубова, О.О. Кавун [8], А.А. Мазаракі [9], А.М. Павлова та ін., та іноземних Б. Берман та Дж. Еванс дослідників та вчених. Поряд з цим існує необхідність у комплексному вивченні усіх аспектів успішного

управління торговельними підприємствами роздрібною торгівлі та вивчення основних завдань їх стратегічного розвитку.

Мета статті полягає у визначенні дієвих інструментів підтримки діяльності підприємств роздрібною торгівлі у воєнний час.

Виклад основного матеріалу. Торгівля є найважливішою сферою формування і стабілізації споживчого ринку, координуючою ланкою в системі міжгалузевих, регіональних та міжрегіональних зв'язків, дієвим механізмом задоволення соціальних потреб. Вона є однією з могутніших галузей економіки будь-якої держави як за обсягом діяльності, так і за чисельністю зайнятого в ній персоналу, а підприємства цієї галузі є найбільш масовими [1]. У свою чергу, привабливішою та прибутковішою складовою цієї галузі є, власне, роздрібна торгівля.

Показники ефективності діяльності підприємств роздрібною торгівлі в Україні зазнали спаду ще в період 2014–2018 років.

У 2019 році на економіку України здійснила серйозний вплив економічна криза, спровокована пандемією через розповсюдження коронавірусу SARS-CoV-2. Її наслідки були відчутними протягом останніх трьох років. Однією з основних проблем можна сміливо назвати зниження платоспроможності споживачів, попиту й відповідне зниження ділової активності підприємців. Відтак, певна частка торговельних мереж була вимушена призупинити чи припинити взагалі своє функціонування. Спад платоспроможності споживачів призвів до того, що вони стали першочергово звертати увагу на ціну товару, а потім уже на його якість та торговельну марку виробника [2].

Вже у 2020–2021 роках завдяки високій динамічності, а саме, переорієнтації на онлайн-сферу та швидкій адаптації до неї малі та середні підприємства мали позитивні зрушення розвитку.

Через повномасштабне вторгнення Росії в Україну з 24 лютого 2022 року вітчизняна економіка несе колосальні збитки. Відбувається

руйнування промислових та інфраструктурних потужностей. Вимушене переміщення людей призвело до втрати робочої сили, споживання та збільшення розміру витрат на розв'язання соціальних питань тощо. Наразі зростає ймовірність тривалої війни. Для запобігання краху економіки Україні необхідно вийти на шлях сталого розвитку під час війни. Негативний вплив збройних конфліктів відчувають і підприємства, що спеціалізуються на роздрібній торгівлі [2].

Підприємства роздрібної торгівлі другий рік поспіль (2020-2021 рр.) знаходилися в п'ятірці найбільш прибуткових галузей економіки України, адже за рік діяльності вони заробляли понад 430 млрд грн. Але після початку повномасштабних бойових дій все кардинально змінилося. Це підтверджують результати онлайн-опитування, яке було проведено 18–21 березня 2022 року Асоціацією ритейлерів України (Retail Association of Ukraine – RAU).

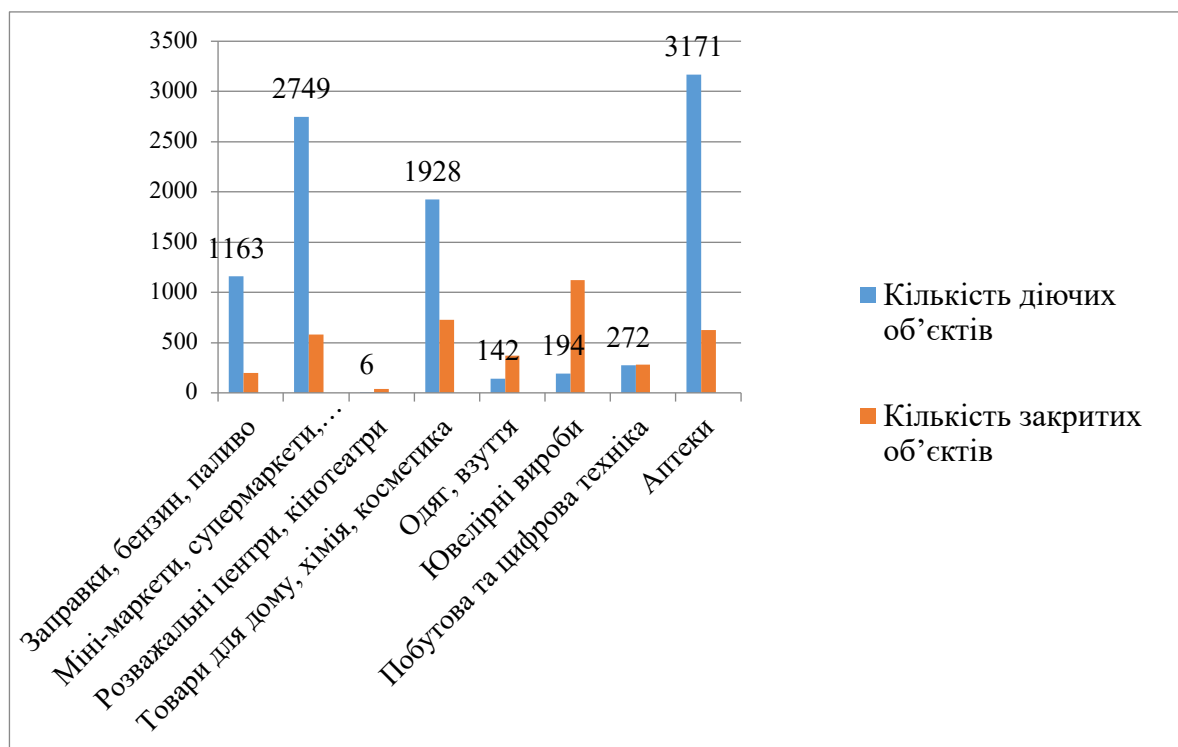


Рис. 1. Кількість діючих та закритих торговельних об'єктів роздрібної торгівлі в Україні станом на березень 2022 року

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

Загалом за перші 25 днів ведення воєнних дій на території нашої країни близько 29% суб'єктів торговельної діяльності, або 3946 одиниць, припинили своє функціонування з тих чи інших причин (рис. 1) [2].

Станом на 21 березня 2022 року сукупна кількість функціонуючих роздрібних об'єктів склала 9701 одиницю при загальній чисельності у 13674 підприємства.

Наприкінці квітня 2022 року стало зрозумілим, що найвідчутніше скорочення товарообороту у порівнянні з січнем відбулося в таких категоріях: сфера послуг (на 94 %), ювелірні вироби (на 89 %), одяг та взуття (на 83 %), електроніка та побутова техніка (на 74 %) тощо [2; 3].

Трохи більше половини підприємства роздрібною торгівлі побутової техніки та цифрової електроніки теж зазнали втрат. Окрім складності роботи в районах бойових дій існує проблема знищення деяких складів, як у торговельної мережі «Фокстрот», а також різка зміна попиту на різні категорії товарів. Попри це, торговельна мережа, щодня відкриває для покупців до 100 наявних торговельних магазинів в умовно безпечних регіонах. Це майже 60% від усіх потужностей торговельної мережі «Фокстрот» та найбільша частка працюючих магазинів серед усіх великих торговельних підприємств електроніки та побутової техніки.

Продуктовий ритейл активно намагається перебудувати й оптимізувати свої мережі. Так, наприклад, мережі «Сільпо» та «АТБ» залишились працювати в столиці, а решту зачинили, або використовують як склади. Продовольчий сегмент (міні-маркети, супермаркети) біля 17% галузі (580 об'єктів) [3].

У цілому за період з 24 лютого до 23 квітня 2022 збитки торговельних компаній, зокрема втрати нерухомості, обладнання, товарних і складських запасів, оцінювались у 50,7 млрд. грн. Такий оціночний результат дало реалізоване дослідження «Збитки ритейлерів України за два місяці воєнних дій» [2; 3].

На другому місці за часткою втрат знаходиться fashion-ритейл. Продавці одягу, взуття та модних аксесуарів вимушено закрили 368 об'єктів із 510 або 72% магазинів. Така ситуація і з магазинами роздрібною торгівлі які реалізують ювелірні вироби. Наразі багато торговельних центрів (ТЦ) і торговельно-розважальних центрів (ТРЦ), де переважно знаходилися магазини відомих модних брендів, повністю зачинені, а в зонах активних бойових дій та на окупованих територіях, пошкоджені або знищені [3].

Працюючи в надскладних умовах, ритейлери робили можливе й неможливе, аби критично важлива інфраструктура для забезпечення населення найнеобхіднішими товарами продовжувала працювати. Зрозуміло, що повністю відновити довоєнні показники роботи торговельних мереж можна лише після звільнення територій, захоплених ворогом з 2022 року. Проте вже зараз на вільних від ворога територіях та більш глибокому тилу продовжується активний розвиток різних сегментів роздрібною торгівлі.

Загалом частка непрацюючих магазинів за 14 місяців війни скоротилася на 19%: кількість працюючих магазинів у квітні 2023 року сягнула позначки 5100 проти 3600 у березні 2022 року. У квітні цього року залишалися зачиненими всього 126 торгових об'єктів. Тобто відновили роботу вже 98% продовольчих магазинів [4].

Наразі цей сектор non-food ритейлу відновився навіть краще за продовольчий сектор: 99% із 3168 магазинів мереж вже відновили свою роботу. Зачинено тільки 17 торговельних об'єктів, що майже вдесятеро менше за кількість непрацюючих магазинів станом на початок 2023 року. Таким чином відновили роботу 26% закритих раніше торгових об'єктів (Табл. 1) [4].

Динаміка магазинів роздрібної торгівлі з продажу непродовольчих товарів та харчових продуктів за воєнний період

Період	Кількість відкритих об'єктів		Кількість закритих об'єктів	
	Непродовольчі товари	Харчові продукти	Непродовольчі товари	Харчові продукти
03.2022	1928	3600	-724	-978
04.2022	2155	3463	-497	-1117
05.2022	2234	3795	-424	-795
06.2022	2343	4124	-315	-546
07.2022	2366	4227	-292	-443
08.2022	2362	4273	-296	-397
09.2022	2607	4737	-251	-379
10.2022	2600	4767	-258	-375
11.2022	2575	4803	-283	-370
12.2022	2646	4913	-212	-260
01.2023	3017	4980	-168	-238
02.2023	3058	5010	-127	-208
03.2023	3100	5078	-68	-148
04.2023	3151	5100	-17	-126
05.2023	3228	5141	60	-85
06.2023	3296	5170	93	-100
07.2023	3372	5191	169	-79

Джерело: розроблено на основі [4; 6]

Загалом частка непрацюючих магазинів за 17 місяців війни скоротилася на 19,5%, якщо порівнювати теперішні показники з кількістю працюючих 3600 торговельних об'єктів у березні 2022 року. Наразі продовольчий ритейл відновився на 98,5%, попри бойові дії.

Непродовольчий сектор магазинів роздрібної торгівлі, до кінця 2022 року вдалося відновитися до 93%, а кількість непрацюючих магазинів скоротилася до 212, тобто майже втричі. У 2023 році відновлення продовжили і вже у травні, як видно з табл.1., працювало стільки ж магазинів, як і до війни та ще й додалося 60 нових торговельних об'єктів або цілих 2%. Ще за два місяці галузь додала вже 5% або 169 нових магазинів.

Загалом із початку війни непродовольчі магазини роздрібної торгівлі покращили показники працюючих торговельних об'єктів. Тому,

непродуктовий ритейл став ще однією галуззю, яка почала розширення мереж, а не тільки відновлювати втрачене за час війни [5].

Ще дослідження щомісячно проводить Центр економічної стратегії (ЦЕС) спільно з German Economic Team (GET), яке готує огляди економіки України під час повномасштабної війни. У вересні Україна отримала 1,6 млрд дол. кредиту від ЄС та 1,25 млрд дол. гранту від Сполучених Штатів Америки. За попередніми даними НБУ [6; 7] у липні 2023 року, баланс товарів та послуг становив -3,5 млрд дол. Імпорт товарів у липні (5 млрд дол.) перевищував експорт товарів (2,2 млрд дол.), а імпорту послуг (2 млрд дол.) перевищував експорт послуг (1,4 млрд). На продукти харчування знизились ціни (-3,7% за місяць), на овочі (-7,6% за місяць) та на фрукти (-4,2% за місяць). Помітно подешевшав одяг і взуття: на 2,3% за місяць. За даними Держстату [8], у II кварталі 2023 року ВВП зріс на 19,5% р/р [6].

Однак, після закінчення війни, ринок роздрібною торгівлі в Україні має потенціал до відновлення.

Трансформаційні процеси соціально-економічного характеру викликають ряд викликів для держав, бізнесу і суспільства в цілому. Для успішного подолання цих викликів, негативних наслідків (рис. 2) необхідно розробити нові підходи до управління, виробництва, споживання та взаємодії між людьми.



Рис. 2. Негативні наслідки впливу збройних конфліктів на сферу роздрібної торгівлі

Джерело: розроблено авторами

У таких умовах підприємствам роздрібної торгівлі довелося адаптуватися до нових реалій та запроваджувати нові стратегії, щоб вижити та продовжувати працювати. Така динаміка та масштабність змін у структурі та обсягах торговельних суб'єктів роздрібної торгівлі підкреслюють необхідність проведення не лише економічних, а й політичних заходів на державному рівні для контролю та стабілізації поточної ситуації.

Матеріально-технічний потенціал виступає ключовим фактором розвитку і функціонування сфери товарного обігу. Саме він визначає масштаби і темпи розвитку сфери товарного обігу та рівень її конкурентоспроможності [7-9]. На сьогодні конкурентоспроможність економіки України визначається конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Одним із найважливіших заходів стало переорієнтування на локальні ринки. Торговельні мережі почали активніше співпрацювати з українськими виробниками та фермерами, щоб забезпечити доступність товарів для споживачів. Також торговельні підприємства активно використовують онлайн-канали продажів. Наразі онлайн-торгівля в Україні зростає рекордними темпами, і підприємства роздрібною торгівлі роблять ставку на цей напрямок, щоб компенсувати втрати від офлайн-торгівлі. Незважаючи на всі труднощі, український бізнес потроху відновлюється, деякі роздрібні торговельні підприємства змогли адаптуватися до нових умов. Вони переорієнтувались на місцевих постачальників, оптимізуючи транспортно-логістичну систему і впроваджуючи нові технології, або релокували свої підприємства в більш безпечні місця.

Незважаючи на ці труднощі, потрібно впровадити деякі з можливих заходів, які можуть допомогти роздрібним торговельним підприємствам впоратися з труднощами війни з Росією:

- Державна підтримка. Держава може надавати роздрібним підприємствам фінансову допомогу, податкові пільги та інші види підтримки.
- Інтеграція з міжнародними ринками. Роздрібні торговці можуть шукати можливості для експорту товарів і послуг на міжнародні ринки.
- Впровадження нових технологій. Роздрібні торговельні підприємства можуть використовувати технології для підвищення ефективності та продуктивності.

Відновлення українського роздрібною сектору буде залежати від закінчення війни та відновлення економіки. Однак, незважаючи на труднощі, роздрібні торговельні підприємства демонструють свою стійкість і відданість своїй справі.

Література

1. Данило С.І. Сучасне розуміння товару як предмету торгівлі. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»*. 2019. Вип. 2 (80). С. 8-111.
2. Васюта В.Б., Житник О.М. Вплив економічних коливань та збройного конфлікту на торговельне підприємництво в Україні. *Галицький економічний вісник*. 2022. Т. 77, № 4. С. 120-128.
3. Статистика війни: за місяць бойових дій український ритейл втратив третину своїх торгових точок. *Асоціація ритейлерів України: веб-сайт*. URL: <https://rau.ua/ru/novyni/russian-war/> (дата звернення: 27.09.2023).
4. 430 днів спротиву: скільки магазинів втратили й відкрили провідні торговельні мережі України за 14 місяців війни (інфографіка). *Асоціація ритейлерів України: веб-сайт*. URL: <https://rau.ua/novyni/vtrachenihmagaziniv-rau-5/> (дата звернення: 27.09.2023).
5. Провідні торговельні мережі України за 17 місяців війни майже відновили довоєнну кількість діючих магазинів і готові рости далі (інфографіка). *Асоціація ритейлерів України: веб-сайт*. URL: <https://rau.ua/novyni/torgovelni-merezhi-17-misjaciv/> (дата звернення: 28.09.2022).
6. Трекер економіки України під час війни. *Центр економічної стратегії: вебсайт*. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/> (дата звернення: 01.10.2022).
7. Апопій В., Ситник Н. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України. *Торгівля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць*. 2012. Вип. 13. С. 5–9.
8. Кавун О. Підприємницькі мережі у роздрібній торгівлі України: сутність, класифікація і перспективи формування. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 5 (107). С. 97.

9. Мазаракі А. А., Пшеслінський Д. М., Смолін І. В. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність. Монографія. Київ: Вид-во: КНТЕУ, 2010. 383 с.

References

1. Danylo S.I. (2019). Sychasne rozuminnya tovaru yak predmety torhivli [Modern understanding of goods as an object of trade]. *Visnyk Symjskogho natsionaljnoho ahrarnoho universytety. Seriya: Ekonomika i menedzment*, 2 (80), 8-111 [in Ukrainian].
2. Vasyta V.B., Zhytnyl O.M. (2022). Vplyv economicznyh kolyvanj nf zbrojnoho konfliktu yf torhoveljne pidpryjemnytsvo v Ukrajinі [The impact of economic fluctuations and armed conflict on trade entrepreneurship in Ukraine]. *Halytskyi ekonomichyj visnyk*, 77, 4, 120-128 [in Ukrainian].
3. Statystyka viyny: za misajts bojovyh diy ukrajinsjkyj riteyl vtratyv tretyny svoyih torhovyh tochok. *Asotsiatsiya riteyleriv Ukrainy: vebсайт*. URL: <https://rau.ua/ru/novyni/rusiian-war/> (accessed September 27, 2023).
4. 430 dniv sprotyvy: sciljku mahazyniv vtratyly j vidkryly providny torhoveljni merezi Ukrainy za 14 misatsiv viyny (infohrafica). *Asotsiatsiya riteyleriv Ukrainy: vebсайт*. URL: <https://rau.ua/novyni/vtrachenihmagaziniv-rau-5/> (accessed September 27, 2023).
5. Providny torhoveljni merezhi Ukrainy za 17 misatsiv viyny majzhe vidnovyly dovojenny kiljkistj diuchih mahazyniv I hotovi rosty dali (infohrafica). URL: <https://rau.ua/novyni/torgovelni-merezhi-17-misjaciv/> (accessed September 28, 2023).
6. Trecer economicy Ukrainy pid chas vijny. *Tsentr ekonomichnoi stratehii: vebсайт*. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/> (accessed October 01, 2023).

7. Apopii V., Sytnyk N. (2012). Kharakter suchasnoho rozvytku vnutrishnoi torhivli Ukrainy [Character of modern development of internal trade of Ukraine]. *Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo: zbirnyk naukovykh prats, 13*, 5–9 [in Ukrainian].
8. Kavun O. (2010) Pidpriemnytski merezhi u rozdribnii torhivli Ukrainy: sutnist, klasyfikatsiia i perspektyvy formuvannia [Business networks in retail trade of Ukraine: essence, classification and prospects of formation]. *Aktualni problemy ekonomiky, 5 (107)*, 97 [in Ukrainian].
9. Mazaraki A. A., Psheslinskyi D.M., Smolin I.V. (2010) Torhovelne pidpriemstvo: stratehiia, polityka, konkurentospromozhnist. Monohrafiia [Commercial enterprise: strategy, policy, competitiveness. Monograph]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 125 p. [in Ukrainian].