

2. Національний банк України
<https://bank.gov.ua/>

3. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.apk-inform.com/uk>

4. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://forbes.ua/inside/yak-pochuvae-sebe-ukrainska-ekonomika-pid-chas-viyni-infografika-15062022-6613>

5. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=EQ_bKB177iU

2. Natsionalnyi bank Ukrainy
<https://bank.gov.ua/>

3. Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <https://www.apk-inform.com/uk>

4. Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <https://forbes.ua/inside/yak-pochuvae-sebe-ukrainska-ekonomika-pid-chas-viyni-infografika-15062022-6613>

5. Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: https://www.youtube.com/watch?v=EQ_bKB177iU

JEL L81

НІКОЛАЙЧУК Ольга

к.е.н., доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Україна

ORCID 0000-0002-7197-4713

МЕЛЬНИК Олексій

здобувач вищої освіти

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Україна

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
ВІТЧИЗНЯНОГО РИТЕЙЛУ ПІД ЧАС
ВІЙНИ**

Анотація: Проаналізовано тенденції розвитку роздрібної торгівлі України під час війни. Визначено перспективи розвитку вітчизняного ритейлу в Україні.

Ключові слова: ритейл, роздрібна торгівля, повномасштабна війна.

e-mail: nicol.olga18@gmail.com

Olga NIKOLAICHUK

PhD in Economics, Associate Professor
MykhailoTuhan-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and
Trade, , Ukraine

Alex MELNYK

student

MykhailoTuhan-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and
Trade, Kryvyi Rih, Ukraine

**TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF
DOMESTIC RETAIL DURING THE
WAR**

Summury: Trends in the development of retail trade in Ukraine during the war are analyzed. The prospects for the development of domestic retail in Ukraine have been determined.

Keywords: retail, retail trade, full-scale war.

Початок 20-х років 21 століття приніс доволі сильний удар по світовій економіці та вітчизняній також: криза напівпровідників, пандемія COVID-19 і розпочата 24 лютого 2022 року повномасштабна війна. Остання створила нові труднощі і перешкоди вітчизняному ритейлу, який тільки-но почав оговтатися від пандемії.

До 24 лютого 2022 року сфера роздрібної торгівлі України була одним із найприбутковіших секторів української економіки. Відповідно, ритейл знаходився серед найбільших платників податків в Україні та виступав одним з найбільших роботодавців країни. Саме ця галузь в нашій країні - одна з небагатьох, яка у продовж пандемії входила у п'ятірку найприбутковіших

галузей нашої економіки. Сумарна оцінка заробітку цієї галузі за 2020-2021 рр. становить приблизно 430 млрд. грн. [4].

Внаслідок повномасштабної війни роздрібна торгівля зазнала значних змін. За даними Асоціації ритейлерів України та Української ради торгових центрів, збитки лише за перші місяці повномасштабної війни сягнули близько 50,7 млрд. грн. Після перших трьох місяців бойових дій найбільші компанії ритейлу закрили більше, ніж 300 супермаркетів [1].

Разом із втратами ритейлу бюджетні надходження від галузі також впали. Так, у період за січень-травень 2022 року сума сплачених податків становила \$361 млн, що на 23% менше, ніж за аналогічний період 2021 року. За результатами 2021 року суб'єктами галузі було сплачено близько \$1,1 млрд податків і зборів до бюджетів усіх рівнів. Також значним є скорочення персоналу у великих ритейл компанія відповідно з 271308 тис. фахівців у грудні 2021 року до 248072 тис. у травні 2022 р. [4].

За даними Міністерства цифрової юстиції України, за ці перші 3 місяці було зареєстровано 31266 підприємств, з яких 26386 українців стали ФОП, що складає 50% від кількості зареєстрованих підприємств за попередній рік. Серед галузей-лідерів друге місце після комп'ютерного програмування посів саме ритейл [3].

Загалом, у перші три місяці війни темп реєстрації нового бізнесу у ритейлі становив 81% до відповідного періоду 2020 року та 47% до відповідного періоду 2021 року [2].

Однак вже через півроку після початку широкомасштабного вторгнення частка непрацюючих магазинів зменшилася на 17% і в серпні становила лише 12%. Вдалося відновити роботу близько 60% магазинів, що продовжується надалі [4].

За даними аналітиків Асоціації ритейлерів України, з урахуванням серйозних втрат, які були завдані мережі там, де велися і продовжуються активні бойові дії (в тому числі на окупованих територіях), перша десятка гравців FMCG майже не зазнала кількісних змін. За п'ять місяців 2022 року провідні компанії галузі заплатили майже 15 млрд грн податків та забезпечили роботою близько 250 тисяч працівників.

Під час війни спостерігається значна трансформація функціонування вітчизняного ритейлу. Так, найбільші торговельні мережі, виконуючи важливу функцію забезпечення продовольчої безпеки країни, також стали своєрідними гуманітарними хабами для армії та цивільних українців. Підвальні приміщення найбільших маркетів було переобладнано під укриття, а збір «підвішених» продуктів для війська і територіальної оборони став потужним каналом постачання продуктів на блокпости та передову. Вітчизняні ритейлери спрямовують свої передають гроші та продукти для ЗСУ, лікарень і притулків.

Відбулися значні зміни у логістиці торговельних мереж, які цілком можуть вирости до галузевих стандартів. Зруйновані логістичні маршрути змусили ритейлерів шукати альтернативні джерела поповнення своєї полицок, що призвело до значного збільшення кількості постачальників [1].

З багатьох секторів роздрібної торгівлі досить швидке відновлення під час війни почав авторитейл. Цьому сприяло необхідність в ньому для військових і для благодійних фондів та скасування пільг на розмитнення імпорту. У самому ж сегменті стрімко зростає попит на EV, тобто на електромобілі, частка завезених вже перевищила 11%. Можна стверджувати, що попит на EV виріс у 3 рази, як і попит на авто із гібридними силовими агрегатами. Загалом парк авто на гібридній та "зеленій" енергії вже перевищує 100 тисяч автівок, і прогнозовано, що ця цифра буде і далі рости у більшій мірі через дефіцит пального і зростання на нього цін.

Головними трендами організованого вітчизняного ритейлу на найближчу перспективу можна назвати наступні:

- 1) омінканальність продажів;
- 2) гейміфікація процесу купівлі;
- 3) персоналізація маркетингових пропозицій;
- 4) візуальний пошук товарів;
- 5) блокчейн технології у логістиці та постачанні;
- 6) безготівковий (автоматичний) шопінг, nfc технології;
- 7) комбіновані формати магазинів [1].

Можна виділити декілька напрямків, які допоможуть прискорити якнайшвидше відновлення потужностей вітчизняного ритейлу:

- 1) отримання компенсації за пошкоджене та втрачене майно ритейлерів та власників торгових центрів;
- 2) відновлення праці на об'єктах ритейлу усюди, де це є безпечним і можливим;
- 3) на державному рівні можливе вирішення проблем з нестачею оборотних коштів підприємств, високих ставок орендної плати та зменшення податкового навантаження [4].

Література:

1. Роздрібна торгівля під час війни. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny/#9>;
2. Український бізнес в умовах війни: аналітика стану за три місяці. URL: <https://business.diia.gov.ua/en/cases/novini/ukrainskij-biznes-v-umovah-vijni-analitika-stanu-za-3-misaci><https://t.me/mintsyfra/3156>
3. Один із напрямків відновлення українського ритейлу – вихід на польський ринок. URL: <https://rau.ua/novyni/andrij-zhuk-rau-polskij-rinok/>

References

1. Retail trade during the war. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny/#9>;
2. Ukrainian business in the conditions of war: analysis of the situation for three months. URL: <https://business.diia.gov.ua/en/cases/novini/ukrainskij-biznes-v-umovah-vijni-analitika-stanu-za-3-misaci>: <https://t.me/mintsyfra/3156>
3. One of the ways to restore Ukrainian retail is to enter the Polish market. URL: <https://rau.ua/novyni/andrij-zhuk-rau-polskij-rinok/>