

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Білодід О.А., студент

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

*Петрик В.Л., к.т.н., доцент кафедри економіки та
публічного управління*

Українська економіка зазнає колосальних збитків через повномасштабну війну. Наслідки бойових дій, знищення інфраструктури, міграція населення в межах країни та відтік населення за кордон – все це призводить до падіння ВВП національної економіки. Але, економіка не зупиняється, підприємці, які продовжують працювати в сучасних дуже складних умовах, роблять суттєвий внесок в обороноздатність держави.

З початку війни більше шести тисяч компаній почали процес закриття. Однак у 2023 році припинило роботу майже утричі менше компаній, аніж за відповідний період 2021 року. У 2023 році, в середньому, на місяць припиняє роботу 479 бізнесів, тоді як у 2021 на місяць закривалось 1290 компаній. Майже 83 % з них самостійно вирішили припинити свою діяльність, у 2021 році частка таких компаній складала 94,9%.

Серед галузей, у яких закриваються компанії, на першому місці громадські організації (16,6% від їх загальної кількості). На другому місці підприємства оптової торгівлі (12,7%), далі – компанії у сфері сільського господарства (7,6%). [1]

На кінець 2023 року майже 8 тисяч українських бізнесів змінили регіон своєї реєстрації від початку повномасштабної війни. У топ-3 регіонів, звідки підприємці переїздили від початку повномасштабної, також потрапили Дніпропетровщина (11%) та Донеччина (8%). Київ очолює перелік регіонів, куди переїздять компанії – 22% від загальної кількості релокантів обрали саме столицю. Попри військові дії та близькість до лінії фронту, підприємці також обирають Харківщину та Одещину – по 10% компаній, що змінили регіони.

Майже половина компаній, що змінили свій регіон реєстрації, працюють у сфері оптової торгівлі – 44%. На другому місці – компанії у сфері будівництва (6%). Замикають трійцю внутрішньо переміщених підприємств бізнеси, що чинять операції з нерухомістю.

Вісімсот сорок підприємств релокувалися у безпечні регіони, скориставшись урядовою програмою. В пакет державної підтримки входить: підбір місця розташування для потужностей підприємства; допомога з перевезенням на нову локацію; сприяння в розселенні працівників та пошуку нових співробітників; підтримка у відновленні логістики, закупівлі сировини та пошуку ринків збуту. За допомогою уряду переїхати можна в один з шістнадцяти регіонів: Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька, Вінницька, Волинська, Рівненська, Кіровоградська, Черкаська, Полтавська, Дніпропетровська та Київська

(за виключенням Києва) області. У компаній, що релокувались за цією програмою, найбільшим попитом користувались переважно, західні регіони: Закарпаття, Львівська та Чернівецька області. [2]

На сайтах пошуку персоналу серед нових користувачів найчастіше, розміщують вакансії з ритейл (роздрібна та оптова торгівля) та авто [3].

Цілком прогнозовано виявилось, що дохід компаній відчутно скоротився: а іншого не варто було б очікувати. Окупація значних територій, мародерство, обстріли мирних міст, постійні повітряні тривоги та блекауты сильно вдарили по компаніям сфери торгівлі. Проте навіть в надскладних умовах ритейлери зуміли пристосуватися.

За даними Асоціації ритейлерів України (Retail Association of Ukraine, RAU) найбільшим продуктовим ритейлером 2023 року залишається мережа АТБ, незважаючи на втрату 122 торговельних точок – за час війни мережа скоротилася до 1176 супермаркетів. Слідом за АТБ, як і раніше, йде компанія Fozzy Group, яка об'єднує мережі «Сільпо», «Фора», Fozzy Cash&Carry, Le Silpo і «Thrash!Траш!». Мережа становить 726 магазинів порівняно з 785, які працювали до війни. Багато компаній з рейтингу скоротили свої мережі за час війни. Водночас, агрохолдинг МХП збільшив кількість своїх точок «М'ясомаркет» на 153%. Якщо до війни нараховувалося 179 магазинів, нині – 245. [4]

Падіння національної економіки за підсумками 2022 року склало безпрецедентні 30,4 відсотка, а споживча інфляція становила 26,6 відсотка, що означає здорожчання товарів і послуг в Україні в середньому на чверть. У 2022 році інфляція склала 26,6%, порівняно з 2021 роком – 10%. За 2023 рік інфляція становила на рівні 8-9%. [5]

За підсумками 2023 року в Україні зросли обсяги експорту та склали майже 100 млн тон товарів. Це на 112 тисяч тон більше, ніж у 2022 році. Втім, у вартісному вимірі показник впав на 18,7% або \$35,8 млрд доларів. [6]

У березні минулого року влада прийняла закон про пільгове оподаткування бізнесу. Скасували мито і ПДВ на весь імпорт, але через незрозумілі причини все повернули назад. Також Мінцифра спільно з програмою "EU4Business", Мінекономіки і Офісом з розвитку підприємництва та експорту запустили грантовий фонд «ЄРобота». Програма розрахована на підтримку 300 підприємств, які знаходяться в районі бойових дій або на ті, які були змушені виїхати та продовжити свою діяльність в іншому більш безпечному місці.

На початку війни внесли зміни до Податкового кодексу та було надано можливість бізнесам платити лише 2% від доходу. Також заборонили податкові перевірки та надали можливість не платити акциз.

Основні прогнозні макропоказники економічного і соціального розвитку України на 2024-2026 роки (далі – Прогноз) було схвалено постановою Кабінету Міністрів України від 15.12.2023 №1315 «Про схвалення основних прогнозованих макропоказників економічного і соціального розвитку України на 2024-2026 роки». Метою розроблення Прогнозу є формування уявлення про кількісні перспективи розвитку економіки України у 2024-2026 роках у населення, бізнесу, органів державної влади та міжнародної спільноти, які

базуються на аналізі розвитку економіки у 2022 році, а також враховують реалізацію заходів Уряду з нівелювання негативного впливу війни як на бізнес, так і населення в умовах систематичної фінансової допомоги з боку міжнародних партнерів. [7]

Під час війни торгівля зазнає чималих збитків з усіх боків, оскільки є ланкою між виробником та покупцем. Знищення підприємств або обмеження виробництва змушує ритейлерів шукати нових постачальників, а через масове переселення та обмежений бюджет покупців – звужувати асортимент. Крім того, магазини ще треба забезпечити вчасною доставкою товарів, однак через руйнування доріг та високою ціною на паливе це не так легко зробити. [8]

Ритейл взяв на себе обов'язки годувати, одягати, забезпечувати ліками, засобами зв'язку та гігієни українців. І незважаючи на небезпеку, провідні мережі магазинів України продовжили інвестувати в економіку та відкривати нові торговельні точки там, де вони потрібні людям.

Цей напрямок бізнесу потребує сучасної регуляторної бази з питань торгівлі на внутрішнім та зовнішнім ринках. Продовження дієвої підтримки уряду, створення грантів, програм підтримки малого та середнього бізнесу з залученням іноземних організацій.

Література

1. У 2,7 разів менше компаній закривається у 2023 році. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/bankrupts-and-closed-companies-2023>
2. 7820 компаній переїхали по Україні від початку повномасштабного вторгнення. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/relocation-in-war-2>
3. Огляд економічного фронту: активність кандидатів у пошуку роботи спадає, навіть в ІТ. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/business-in-war-september-2023>
4. Топ-10 українських продуктових мереж за кількістю магазинів і темпами відкриттів у 2023 році URL: <https://rau.ua/novyni/top-10-erezh-kilkistju-magazininiv/>
5. Індекс інфляції в Україні 2024 URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
6. У 2023 році Україна збільшила експорт меблів та цукру, а імпортувала передусім – паливо, ліки та БПЛА. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=31a72cf3-809d-486c-a0df-1e5d7f85d6f&title=UkrainaZbilshilaEksport>
7. Постанова Кабінету Міністрів України від 15.12.2023 №1315 «Про схвалення основних прогнозованих макропоказників економічного і соціального розвитку України на 2024-2026 роки». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-2023-%D0%BF#Text>
8. Бізнес під час війни. URL: <https://chm-s.com/blog/biznes-pid-chas-vijni>