

¹Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

ДИНАМІКА ВІДНОВЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Війна Росії в Україні завдала значної шкоди українській інфраструктурі, а особливо торговельним мережам, які є життєво важливими об'єктами. Незважаючи на допомогу уряду для стабілізації цін, повномасштабне вторгнення призвело до збитків українських ритейлерів у розмірі \$402 млн, переважно у східних регіонах. Ритейлери адаптували стратегії, зокрема маркетингові кампанії і асортимент продуктів, до регіональних умов. Дані Української асоціації постачальників торговельних мереж показують, що понад 97% закладів відновили роботу протягом перших 14 місяців конфлікту, а провідні торговельні мережі майже відновили довоєнну кількість торгових точок протягом наступних трьох місяців. Стаття аналізує вплив війни на ритейлерів, регіональні стратегії відновлення та можливості міжнародної експансії.

Ключові слова: торговельні мережі; економічне відновлення; пошкодження інфраструктури; регіональні стратегії для торговельних мереж; російсько-українська війна.

Вступ. Через війну, яку Росія розпочала на території України, серйозних пошкоджень зазнала логістична інфраструктура держави та інші інфраструктурні елементи, серед яких і об'єкти торговельних мереж. З цих причин протягом перших місяців війни економічне функціонування країни було надзвичайно складним. Масштабні руйнування надзвичайно погано вплинули на логістику і спричинили нестабільне функціонування торговельних мереж в Україні. Через постійні затримки із доставкою товарів і зростання витрат на перевезення споживачі більше не мали можливостей швидко отримувати раніше доступні товари. Такий розвиток подій призвів до дефіциту деяких товарів і значного підвищення цін на них. Окрім цього, виникли значні скорочення обсягів продажів, тому прибутковість компаній різко знизилась. На початку війни тією чи іншою мірою торговельні мережі в Україні постали перед цими викликами і мусили швидко на них реагувати.

Внаслідок воєнних дій кількість торгових центрів, магазинів,



крамниць, тощо, які лишилися неушкоджені і продовжили працювати впала до критичного рівня, тому торговельні мережі не лише втратили майно, але й потенційні доходи. За даними Української Ради Торгових Центрів (Ukrainian Council of Shopping Centers, UCSC), торгові центри в Україні лише за перші чотири місяці нищівної війни втратили понад \$ 9,9 млрд [4]. Крім того, війна ще й порушила складний і неперервний процес виробництва, позаяк величезна кількість підприємств теж або зазнали серйозних руйнувань і пошкоджень, або опинилися на окупованих територіях, або ж не могли повноцінно й ефективно функціонувати через безперервні обстріли зі сторони ворога. Це спричинило значне зменшення асортименту доступних товарів у торговельних мережах всієї країни.

Таким чином економіка, її відновлення, розвиток і стабільність стали для України чи не найбільш пріоритетним напрямом, який не лише окреслить хід воєнного конфлікту, але й продемонструє здатність країни активно відновлюватися після його завершення. Без належної економічної бази фактично неможливо розв'язати першочергові завдання, зокрема забезпечити потреби українських військ, підтримати цивільне населення, яке постраждало, відродити інфраструктуру та забезпечити діяльність різних галузей у воєнних умовах, а разом провадити системну відбудову країни.

Торговельна сфера в Україні у сучасних надзвичайно складних умовах відіграє одну з головних ролей у відновленні економіки і є серед пріоритетних напрямів відродження країни і деокупованих територій. Ця тема привернула увагу багатьох як вітчизняних дослідників (Іващенко О., Іваненко О., Лошакова Н., Біроваш М., Циганок О., та ін.), які вивчають вплив воєнних дій на торговельну галузь і аналізують максимально продуктивні і швидкі шляхи її відновлення. Закордонні дослідники роблять акцент на більш глобальних проблемах. Так, Дармаяді А. та Мегітс Н. наголошують, що війна негативно вплинула не лише на економіку України, але й Європейського Союзу в цілому [11, С. 47]. Джагтеп С., Троллмен Г., Гарсія-Гарсія Г., Парра-Лопез С. та ін. підкреслюють, що російсько-українська війна спричинила значні додаткові перебої в глобальних ланцюгах постачання, через що на світових ринках відбулося зростання цін на продовольство [12, С. 2]. Загалом, науковці підкреслюють, що надзвичайно важливо відновити ланцюги постачання, гарантувати стабільне й безперервне функціонування торговельних мереж, а також підтримати підприємства у складних умовах конфлікту не лише заради економічного відновлення країни,

але й європейського ринку.

Мета, матеріали і методи. Мета статті – вивчити і дослідити динаміку відновлення торговельних мереж в Україні під час війни. Основні завдання: проаналізувати втрати, розглянути реакції торговельних мереж на кризу відповідно до регіонів, оцінити результати їхнього відновлення, а також окреслити можливі перспективи розвитку.

Щоб окреслити ситуацію на початку війни та порівняти її з сучасним станом подій, у статті проаналізовано інформацію з різних вебресурсів, законодавчих документів (Закон України від 15.03.2022 № 2120-IX), офіційних ініціатив (Міністерства цифрової трансформації України), і статистичних звітів (звіти Асоціації ритейлерів України). Автор використав порівняльний аналіз даних про стан торговельних мереж та торгових центрів до та після виникнення війни взятих з дослідження Української Ради Торгових Центрів щодо ринку торгової нерухомості України станом на 2022 рік, аби визначити масштаби впливу конфлікту на їхню діяльність. Крім того, у дослідженні надано оцінку наслідків війни за допомогою аналізу прямих та непрямих збитків, а також розглянуто динаміку відновлення і розвитку торговельних мереж.

Результати. Від 24 лютого 2022 року представники торговельної галузі змушені були працювати у надзвичайно складних умовах, щоб забезпечити населення життєво-необхідними товарами в умовах війни. Зрозуміло, що повністю відновити економічні показники, які були до повномасштабного вторгнення, можна буде лише після його завершення, але вже на сьогоднішній день завдяки низці сприятливих чинників власники різних сегментів роздрібної торгівлі відновили і навіть активно розвивають свій бізнес.

Головним з таких кроків став Закон України № 2120-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану», який Президент В. Зеленський підписав 15 березня 2022 року. Закон запропонував нову податкову модель розроблену, аби створити сприятливі умови для функціонування підприємств. Зокрема, щоб стабілізувати ціни на пальне, уряд знизив ставку ПДВ на пальне з 20% до 7% і скасував акциз. Крім того, було запроваджено полегшену систему оподаткування та надано пільги зі сплати податків ФОПам-«спрощенцям» і великим підприємствам. Наостанок, урядовці збільшили ліміт річного доходу для платників єдиного податку на період воєнного стану з 7 млн 600 тис. гривень



до 10 млрд гривень [8]. Загалом, ці кроки допомогли покращити інвестиційний клімат, зменшити податковий тиск на бізнес в умовах війни, залучити додаткові ресурси, не лише щоб відновити економіку, але й стимулювати подальше економічне зростання.

Зі свого боку, Міністерство цифрової трансформації України запровадило різні онлайн сервіси, пов'язані з фінансовим сектором. За словами М. Баніка, керівника з розвитку електронних послуг, уряд хотів надати українцям можливість активно, швидко і головне ефективно працювати з цифровими документами за допомогою порталу «Дія» та інтегруватись всього за сім днів. Міністерство також запустило послугу АвтоФоп і автоматизувало процес реєстрації ТОВ з опцією вибору системи оподаткування – загальної або спрощеної [3].

Як наслідок, аналітики зазначають, що від 24 лютого і до осені 2022 року в Україні зареєстрували близько 150 тисяч бізнесів. З них 132 тисячі складають ФОП, які надають послуги здебільшого у сфері роздрібної та оптової торгівлі, і більше 14 тисяч юридичних осіб, в основному оптові торговельні фірми та організації, які надають соціальні послуги [6, С. 152]. Таким чином, війна спричинила зміни у діяльності малих та середніх підприємств, серед яких торговельний ритейл став пріоритетною сферою [7, С. 168].

Після початку повномасштабного вторгнення у торговельних мереж в Україні виникли не лише економічні проблеми, але й ряд інших, оскільки велика кількість торгових центрів були пошкоджені або зруйновані. Торговельні мережі мають тісний зв'язок із торговими центрами, наприклад, супермаркети, гіпермаркети чи магазини, часто виступають як орендарі або орендодавці у торгових центрах. Вони орендують торгові площі і розміщують свої торгові точки, за рахунок чого збільшують потік клієнтів. Торгові центри ж створюють важливу для споживачів інфраструктуру, наприклад, парковки. То ж співпрацюючи з торговими центрами, торговельні мережі створюють сприятливе середовище для роздрібної торгівлі, яке задовільняє потреби і очікування споживачів. Після початку війни відвідуваність торгових центрів і обсяги продажів значно впали, через що торговельні мережі зіштовхнулись із нестабільним функціонуванням і труднощами з управлінням бізнесу.

В листопаді 2022 року Українська Рада Торгових Центрив підрахувала, що прямі збитки від російської агресії склали \$402 млн. Відповідно до даних Ради в Україні зафіксували значні пошкодження 29 торгових центрів. Найбільший відсоток збитків (72%) зазнали 14 торгових центрів у східних регіонах країни, які втратили \$290 млн, де було пошкоджено 45% торгових площ. У Києві й області

постраждали 6 торгових центрів, збитки яких оцінюють у \$68 млн (17% від загальної суми), а у південних регіонах втрати 7 торгових центрів становили близько \$32 млн в центрах (8%). Попри активні бойові дії та обстріли, на півночі і заході країни, вдалося уникнути великих руйнувань торгових центрів [4].

Непрямі збитки торгових центрів були ще більшими через фізичне пошкодження або втрату майна. Станом на 1 червня 2022 року втрати контролю, капіталу і прибутку оцінили у \$9,5 мільярдів. Найбільших непрямих збитків через активні воєнні дії зазнали торгові центри у зоні конфлікту на сході України. Подекуди торгові центри там поступово відновлюють свою роботу, але їхні прибутки все рівно нижче 30% порівняно з довоєнним рівнем. Що ж до торгових центрів у центральних і західних регіонах, то вони почали активно повертатись до попередніх показників ще в квітні та травні 2022 року. Центри на півночі, півдні та у Києві почали відновлюватись у травні і червні [4]. Таким чином, значні непрямі збитки, що стали наслідком конфлікту, суттєво відобразилися на роботі торгових центрів і своєю чергою вплинули на функціонування і подекуди й розвиток торговельних мереж.

Від перших днів війни, залежно від регіону, політика та засади функціонування торговельних мереж України для виходу із кризи відрізнялись, адже кожен регіон мав свої власні особливості та умови, які впливали на стратегії відновлення і подолання кризових ситуацій. Наприклад, в південно-східних регіонах, які найбільше постраждали від воєнних дій насамперед вживали заходів для відновлення інфраструктури, ланцюгів постачання та гарантування максимально безпечних умов праці. У цих частинах країни основними завданням стало гарантувати безпеку і стабільність роботи торговельних мереж. Спочатку відновлювали пошкоджену інфраструктуру, зокрема приміщення, дороги, комунікаційні мережі та електропостачання. Торговельні мережі також змушені були вжити заходів, як-от встановити систему оповіщення про повітряну тривогу та обладнати укриття, щоб могли забезпечити відповідні до ситуації умови як для своїх працівників, так і відвідувачів.

Наприклад, роздрібна мережа «АТБ-маркет» зіштовхнулась з такими проблемами, коли відновлювала роботу своїх магазинів у звільненому Херсоні і деокупованих містах Харківської області. У результаті ця торговельна мережа створила шаблон дій і змогла успішно повернути до роботи понад 100 магазинів у різних куточках України [2].

У тих областях, де ситуація не була такою напруженою через



постійні обстріли, торговельні мережі використали інші підходи відновлення бізнесу. Наприклад запровадили інтенсивні маркетингові кампанії і змінили асортимент товарів, тобто торговельні мережі адаптували політику та методи функціонування до конкретних умов регіону, що подекуди і стало вирішальним аспектом у подоланні кризи.

У серпні 2023 року транснаціональна корпорація JYSK відкрила оновлений магазин у Києві. Мережа збільшила торгову площу і переробила освітлення, а також вдосконалила торговельну зону, аби представити товари в найбільш стратегічно вигідному для компанії привабливому для відвідувачів форматі. Не менш важливо, що в межах проєкту оновлення пріоритетним завданням також стало поліпшення комфорту працівників: тепер вони мають покращений ергономічний робочий простір, просторіші зони відпочинку та окремі приміщення для потреб працівників, що забезпечує їм більший комфорт під час зміни [13]. Отож, приклад JYSK демонструє, що нині мережі акцентують свою увагу на оновленні і покращенні торгових зон та створенні комфорту для працівників.

Інший вектор відновлення полягає у розширенні торговельних мереж, особливо на тих територіях України, які прийняли найбільшу кількість тимчасово переміщених осіб. Приміром, генеральний директор і співзасновник всеукраїнської мережі магазинів формату One dollar store «Аврора Мультимаркет», Т. Панасенко, повідомив про намір розширення торговельної мережі і про план відкрити 400 нових магазинів в Україні до кінця 2024 року. За його словами, деякі з цих магазинів будуть у новому форматі [14].

Крім того, експансія за межі України теж стала одним із напрямів розвитку національних торговельних мереж. Наприклад, ще у 2021 році компанія «Аврора Мультимаркет» оголосила про свої плани вийти на ринки Центральної та Східної Європи, а також про випуск акцій для загального продажу IPO (Initial Public Offering). Це допомогло їй збільшити коло інвесторів і стати однією з п'яти найбільших мереж низьких цін у Центральній і Східній Європі ще до початку війни [14]. У 2023 році «Аврора Мультимаркет» відкрила більше 10 магазинів у Румунії [1]. У майбутніх планах компанії розширити свою діяльність і вийти на ринок Молдови наприкінці 2024 – початку 2025 року і втричі збільшити кількість своїх магазинів до 2026 року [14]. Таку політику можуть підхопити й інші українські торговельні мережі, які мають потенціал виходу на ринки Європи і світу.

У результаті, подібні стратегічні кроки представників галузі

допомогли поступово відновити стабільність функціонування торговельних мереж у всіх регіонах, про що свідчать різні опитування і дослідження. З березня 2022 року, Асоціація ритейлерів України (RAU), як професійне об'єднання учасників роздрібного ринку, регулярно проводить дослідження серед своїх членів [10]. Воно охоплює вісім секторів торгівлі, а саме: продуктовий ритейл, непродуктовий ритейл, аптечний ритейл, ювелірні вироби, ритейл моди, сектор електроніки та техніки, мережі автозаправних станцій і магазини будівельних матеріалів, а також продукти, пальне та медичні препарати. У веб-опитуванні беруть участь більше ста власників і генеральних директорів підприємств України, які входять до RAU. З огляду на це їхні дані радше вказують на загальну тенденцію, а не повністю відображають втрати всієї роздрібної галузі [9].

Згідно з результатами від травня 2023 року, 97%, а саме 16 265 торгових об'єктів з 16 821 існуючих, повністю відновили свою роботу. У порівнянні з 2022 роком, коли закритою залишалась майже третина торгових точок (29%), за перші 14 місяців так і не змогли поновити свою діяльність лише 556 об'єктів торгівлі з 4 481 [5].

Дані від вересня 2023 року вказують, що за 17 місяців війни провідні торговельні мережі України майже повністю відновили попередню кількість функціонуючих магазинів і готові й надалі підвищувати показники росту. Згідно з дослідженням представники трьох галузей торгівлі навіть спромоглися збільшити кількість діючих торгових точок порівняно з показниками, які у них були до війни. На момент опитування лише 0,4% торгових об'єктів все ще не працювали. За три місяці цей показник знизився на 28,6% [9]. Отже, значний прогрес у відбудові торгових об'єктів в Україні свідчить про те, що торговельні мережі сформували необхідну стійкість і шаблон дій в умовах кризи.

Висновок. Російсько-українська війна завдала непоправної шкоди українській економіці. Зокрема українські торговельні мережі стали свідками значних фінансових та інфраструктурних проблем, адже руйнування і пошкодження магазинів призвели до втрат й зниження прибутковості. Торговельна галузь одразу стала одним із пріоритетних напрямків відновлення економіки, адже від самого початку повномасштабного вторгнення уряд країни почав активно впроваджувати законопроекти та ініціативи, які передбачали введення низки пільг, аби підтримати підприємців. Наприклад, в Україні суттєво зменшили ставки ПДВ на пальне і спростили систему оподаткування, що сприяло значній стабілізації цін і поліпшенню



інвестиційного клімату країни в цілому.

У результаті аналізу досліджень проведених Українською Радою Торгових Центрив виявлено, що загальні втрати від російської агресії складають \$402 млн. Більшість пошкоджень спостерігали у східних регіонах, де торгові центри понесли великі непрямі збитки через втрату майна і проблеми функціонування.

У статті встановлено, що торговельні мережі в Україні реагували на кризу відповідно до регіональних умов, намагаючись відновити інфраструктуру і гарантувати безпеку праці та покупців. У менш кризових областях країни вони використовували інші стратегії, такі як маркетингові кампанії та зміни в асортименті товарів. В зонах з великою кількістю переміщених осіб і в тилу торговельні мережі в Україні активно розширюються, а подекуди навіть планують і впроваджують експансію за межі країни, особливо в Молдову та Румунію.

Стратегічні дії торговельних мереж сприяли їхньому поступовому відновленню в усіх регіонах, про що свідчать дані досліджень Асоціації ритейлерів України. Так, впродовж перших 14 місяців від початку конфлікту понад 97% торгових об'єктів відновили роботу. Протягом трьох наступних місяців війни провідні торговельні мережі майже повністю відновили попередню кількість торгових точок і далі розвиваються.

Подальший аналіз впливу війни на функціонування торговельних мереж та глибша оцінка ефективності регіональних стратегій відновлення дозволить окреслити основні етапи і стадії відновлення галузі.

1. «Аврора» відкрила перший магазин у Румунії. Аврора-Мультимаркет. URL: <https://corporate.avroga.ua/news/avroga-vidkryla-pershii-magazin-u-rumuniyi> (дата звернення: 02.03.2024). 2. АТБ відновлює роботу магазинів в місті Херсон. Дата оновлення: 20.11.2022. URL: <https://www.atbmarket.com/news/atb-vidnovlue-robotu-magaziniv-v-misti-herson> (дата звернення: 02.03.2024). 3. Бухгалтери оцінили податкове навантаження на бізнес під час війни – результати дослідження LIGA ZAKON. URL: https://buh.ligazakon.net/news/212766_bukhgalteri-otsnili-podatkovе-navantazhennya-na-bznes-pd-chas-vyni--rezultati-doslidzhennya-liga-zakon (дата звернення: 02.03.2024). 4. Дослідження УРТЦ: Ринок торгової нерухомості України у 2022 році. Вплив війни. Українська Рада Торгових Центрив. URL: <https://www.ucsc.org.ua/rynok-torgovoyi-neruhomosti-ukrayiny-u-2022-roczivplyv-vijny-doslidzhennya-ukrayinskoji-rady-torgovyh-czentriv/> (дата звернення: 02.03.2024). 5. Єрмакова Я. 430 днів спротиву: скільки магазинів втратили й відкрили провідні торговельні мережі України за 14 місяців війни (інфографіка). Асоціація ритейлерів України. Дата оновлення: 03.05.2023. URL: <https://rau.ua/novyni/magaziniv-vtratili-merezhi-14/> (дата звернення: 02.03.2024).

6. Іваненко О. *Зайнятість і війна: зміни на ринку праці*. Українське суспільство в умовах війни : колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін. ; за ред. член.-кор. НАН України, д.філос.н. Є. Головахи, д.соц.н. С. Макеєва. Київ : Інститут соціології НАН України, 2022. С.161–170. URL: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf> (дата звернення: 02.02.2024). **7.** Іващенко О. *Бізнес у воєнний час: структурування і практики виживання*. Українське суспільство в умовах війни : колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін. Київ : Інститут соціології НАН України, 2022. С.151–160. URL: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf> (дата звернення: 02.03.2024). **8.** Конституція України : Закон України від 15.03.2022 р. № 2120-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану». URL: <https://tax.gov.ua/data/normativ/000/004/77303/Zakon.pdf> (дата звернення: 02.03.2024). **9.** Симоненко К. Провідні торговельні мережі України за 17 місяців війни майже відновили довоєнну кількість діючих магазинів і готові рости далі (інфографіка). *Асоціація ритейлерів України*. Дата оновлення: 21.09.2023. URL: <https://rau.ua/novyni/torgovelni-merezhi-17-misjaciv/> (дата звернення: 02.03.2024). **10.** Управління ризиками: від стійкості до антикрихкості. *Асоціація ритейлерів України*. URL: <https://expo.rau.ua/> (дата звернення: 02.03.2024). **11.** Darmayadi Andrias & Megits Nikolay. The impact of the Russia-Ukraine war on the European Union economy. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*. 2023. № 10. P. 46–55. **12.** Jagtap S., Trollman H., Trollman F., et al. The Russia-Ukraine Conflict: Its Implications for the Global Food Supply Chains. *Foods*. 2022. Vol. 11(14). 23 p. URL: <https://doi.org/10.3390/foods11142098> (дата звернення: 02.03.2024). **13.** Siutkin M. Grand Reopening of JYSK Store in Kyiv Introduces Refreshing Shopping Experience. *LinkedIn*. Дата оновлення: 17.08.2023. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/grand-reopening-jysk-store-kyiv-introduces-refreshing-mykola-siutkin> (дата звернення: 02.03.2024). **14.** Ukraine discount chain Aurora plans to open 400 new stores. *The New Voice of Ukraine*. Дата оновлення: 05.12.2023. URL: <https://english.nv.ua/business/retailer-aurora-to-expand-across-ukraine-enter-romania-moldova-with-nearly-400-new-stores-50373942.html> (дата звернення: 02.03.2024).

REFERENCES:

1. «Avrora» vidkryla pershyi mahazyn u Rumunii. *Avrora-Multymarket*. URL: <https://corporate.avrora.ua/news/avrora-vidkryla-pershii-magazin-u-rumuniyi> (дата звернення: 02.03.2024). **2.** АТБ відновлює роботу магазинів в місті Херсон. Дата оновлення: 20.11.2022. URL: <https://www.atbmarket.com/news/atb-vidnovluje-robotu-magaziniv-v-misti-herson> (дата звернення: 02.03.2024). **3.** Bukhhaltery otsynily podatkovye navantazhennia na biznes pid chas viiny – rezultaty doslidzhennia LIGA ZAKON. LIGA ZAKON. URL: https://buh.ligazakon.net/news/212766_bukhgalteri-otsnili-podatkovye-navantazhennya-na-bznes-pd-chas-vyni--rezultati-doslidzhennya-liga-zakon (дата звернення: 02.03.2024). **4.** Doslidzhennia URTTs: Rynok torhovoї nerukhomosti Ukrainy u 2022 rotsi. Vplyv viiny. *Ukrainska Rada Torhovykh Tsentriv*. URL: <https://www.ucsc.org.ua/rynok-torgovoyi-nerukhomosti-ukrayiny-u-2022-roczivplyv-vijny-doslidzhennya-ukrayinskoyi-rady-torgovyh-czentriv/> (дата звернення: 02.03.2024). **5.** Yermakova Ya. 430 dnyv sprotyvu: skilky mahazyniv vtratyly y vidkryly



providni torhovelni merezhi Ukrainy za 14 misiatsiv viiny (infohrafika). *Asotsiatsiia ryteileriv Ukrainy*. Data onovlennia: 03.05.2023. URL: <https://rau.ua/novyni/magaziniv-vtratile-merezhi-14/> (data zvernennia: 02.03.2024). **6.** Ivanenko O. *Zainiatist i viina: zminy na rynku pratsi*. Ukrainske suspilstvo v umovakh viiny : kolektyvna monohrafiia / S. Dembitskyi, O. Zlobina, N. Kostenko ta in. ; za red. chlen.-kor. NAN Ukrainy, d.filos.n. Ye. Holovakhy, d.sots.n. S. Makeieva. Kyiv : Instytut sotsiolohii NAN Ukrainy, 2022. S. 161–170. URL: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf> (data zvernennia: 02.03.2024). **7.** Ivashchenko O. *Biznes u voiennyi chas: strukturuvannia i praktyky vyzhyvannia*. Ukrainske suspilstvo v umovakh viiny : kolektyvna monohrafiia / S. Dembitskyi, O. Zlobina, N. Kostenko ta in. Kyiv : Instytut sotsiolohii NAN Ukrainy, 2022. S. 151–160. URL: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf> (data zvernennia: 02.03.2024). **8.** Konstytutsiia Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 15.03.2022 r. № 2120-IX «Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo dii norm na period dii voiennoho stanu». URL: <https://tax.gov.ua/data/normativ/000/004/77303/Zakon.pdf> (data zvernennia: 02.03.2024). **9.** Symonenko K. Providni torhovelni merezhi Ukrainy za 17 misiatsiv viiny maizhe vidnovyly dovoiennu kilkist diiuchykh mahazyniv i hotovi rosty dali (infohrafika). *Asotsiatsiia ryteileriv Ukrainy*. Data onovlennia: 21.09.2023. URL: <https://rau.ua/novyni/torgovelni-merezhi-17-misjaciv/> (data zvernennia: 02.03.2024). **10.** Upravlinnia ryzykamy: vid stiikosti do antykrykhkosti. *Asotsiatsiia ryteileriv Ukrainy*. URL: <https://expo.rau.ua/> (data zvernennia: 02.03.2024). **11.** Darmayadi Andrias & Megits Nikolay. The impact of the Russia-Ukraine war on the European Union economy. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*. 2023. № 10. P. 46–55. **12.** Jagtap S., Trollman H., Trollman F., et al. The Russia-Ukraine Conflict: Its Implications for the Global Food Supply Chains. *Foods*. 2022. Vol. 11(14). 23 p. URL: <https://doi.org/10.3390/foods11142098> (data zvernennia: 02.03.2024). **13.** Siutkin M. Grand Reopening of JYSK Store in Kyiv Introduces Refreshing Shopping Experience. *LinkedIn*. Data onovlennia: 17.08.2023. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/grand-reopening-jysk-store-kyiv-introduces-refreshing-mykola-siutkin> (data zvernennia: 02.03.2024). **14.** Ukraine discount chain Aurora plans to open 400 new stores. *The New Voice of Ukraine*. Data onovlennia: 05.12.2023. URL: <https://english.nv.ua/business/retailer-aurora-to-expand-across-ukraine-enter-romania-moldova-with-nearly-400-new-stores-50373942.html> (data zvernennia: 02.03.2024).

Tymeichuk Y. O. ^[1; ORCID ID: 0000-0001-5700-1889],
Post-graduate Student

¹*National University of Water and Environmental Engineering, Rivne*

DYNAMICS OF RESTORING THE FUNCTIONING OF RETAIL CHAINS IN UKRAINE DURING THE WAR

The conflict between russia and Ukraine has caused extensive destruction to Ukraine's infrastructure, significantly impacting retail chains. The latter appeared as essential aspects of economic recovery. The

government supported businesses and stabilised prices during the war by reducing VAT rates on fuel and updating the tax system. However, the full-scale invasion brought formidable economic and infrastructural challenges to Ukrainian retailers, with store destruction and damage resulting in significant losses totalling \$402 million, according to the Ukrainian Council of Shopping Centers, with the eastern regions bearing the brunt.

Amidst the war, retailers logically responded, adapting strategies to regional conditions to restore infrastructure and ensure the safety of their employees and consumers. In areas less affected by the war actions, marketing campaigns and product assortment adjustments assisted adaptation, while retail growth occurred in regions with high displacement rates.

The article underscores the efficacy of retail chains' strategic responses, as evidenced by data from the Ukrainian Retailers Association. Over 97% of retail establishments resumed operations within the first 14 months of the conflict, indicating a steady market recovery. In the subsequent three months, leading retail chains nearly restored pre-war outlet numbers, signalling readiness for growth. Future research avenues include deeper examination of war impacts on retailers, evaluation of regional recovery strategies' efficacy, and exploration of international expansion opportunities.

***Keywords:* retail chains; economic recovery; infrastructure damage; regional strategies for retail chains; Russian-Ukrainian war.**

Отримано: 04 березня 2024 року
Прорецензовано: 09 березня 2024 року
Прийнято до друку: 29 березня 2024 року