

УДК 330.3:321

DOI <https://doi.org/10.32782/pdau.eco.2024.1.12>

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Гнатишин Людмила Богданівна

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри обліку і оподаткування,
Львівський національний університет природокористування
ORCID ID: 0000-0003-4425-0514

Мокієнко Тетяна Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID ID: 0000-0003-1344-4981

Прийдак Тетяна Борисівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID ID: 0000-0002-9257-0419

У сучасних умовах дуже важливою є безперебійна робота підприємств усіх форм власності, спрямована на задоволення потреб населення у життєво необхідних товарах. Роздрібна торгівля є ключовим чинником, який забезпечує надання важливих послуг. Порушення цього процесу може мати негативні наслідки для населення, суспільства та національної безпеки України, особливо у сфері продовольчого забезпечення. Підприємства роздрібно́ї торгівлі є об'єктами критичної інфраструктури II та III категорій за законодавством України. Актуальність дослідження полягає у необхідності швидкої адаптації цих підприємств до ускладнених умов, що виникли внаслідок введення воєнного стану. Воєнні конфлікти суттєво обмежують економічну діяльність, спричиняючи проблеми, такі як логістичні затримки, пошкодження інфраструктури та нестабільність ринків збуту. У таких умовах підприємства торгівлі повинні швидко адаптуватися, розробляти та впроваджувати нові стратегії бізнесу, зокрема, шукати альтернативних постачальників, переорієнтовуватися на внутрішній ринок і використовувати цифрові технології для оптимізації процесів та покращення взаємодії з клієнтами. Забезпечення безпеки працівників та захист майна підприємств є також важливим аспектом.

Ключові слова: торгівля, онлайн-торгівля, інтернет торгівля, електронна комерція, роздрібна торгівля.

Liudmyla Hnatyshyn

Lviv National Environmental University

Tetiana Mokiienko, Tetiana Priydaк

Poltava State Agrarian University

STATE AND PROBLEMS OF UKRAINE'S INTERNET TRADE IN THE CONDITIONS OF WAR

In modern conditions, uninterrupted work of business entities of all forms of ownership, aimed at satisfying the population's needs for vital goods, becomes extremely important. Retail trade, including online trade, ensures the provision of important services, the violation of which can lead to negative consequences for the population, society, socio-economic condition and national security of Ukraine, in particular in the field of food supply. In addition, business entities engaged in trade are considered critical infrastructure objects of II and III criticality categories in accordance with the Law of Ukraine «On Critical Infrastructure», as well as the approved Procedure for classifying objects as critical infrastructure objects. The relevance of the research lies in the need for rapid adaptation of retail and wholesale trade enterprises, including trade via the Internet, to the complicated conditions that arose as a result of the introduction of martial law. Military conflicts and martial law severely limit economic

activity, causing problems such as logistical delays, damage to infrastructure, loss of markets, instability of demand, and psychological and social consequences for personnel. In these conditions, trade enterprises must quickly adapt to changes, develop and implement new business strategies, in particular, look for alternative suppliers, refocus on the internal market, use digital technologies to optimize processes and improve interaction with customers. Ensuring the safety of employees and protecting the property of enterprises is also an important aspect. The study of this topic will allow to better understand the specifics of the problems faced by trade enterprises in the conditions of martial law, as well as to develop effective strategies for their solution. The war had a significant impact on online sales. The categories of goods that are sold the most via the Internet have also changed (care products, cosmetics; children's goods and toys; clothes and shoes; goods for hobbies and handmade, etc.). The results of such research can help strengthen the country's economic stability, support business development, and provide the population with necessary goods and services in conditions of limited access to resources and disruptions in normal supply chains. Also, the results of such research can be useful for state authorities in the formation of state support policies for enterprises, including financial incentive programs, tax incentives, grants and other mechanisms aimed at supporting trade enterprises. Thus, the relevance of this research topic is determined both by its theoretical importance for scientists and practitioners in the field of economics and management, and by the practical necessity of adapting to the extreme conditions of conducting business under martial law.

Keywords: trade, online trade, internet trade, electronic commerce, retail trade.

Вступ. Дослідження цієї теми сприятиме кращому розумінню проблем, що виникають у підприємств торгівлі під час воєнного стану, а також розробці ефективних стратегій для їх вирішення. Результати такого дослідження можуть сприяти зміцненню економічної стабільності країни, підтримці розвитку бізнесу та забезпеченню населення всім необхідним у випадку ускладненого доступу до ресурсів та порушень у звичайних ланцюгах постачання. Отримані результати можуть бути корисними для органів державної влади при формуванні політик державної підтримки підприємств, включаючи програми фінансових стимулів, податкові пільги, гранти та інші механізми, спрямовані на підтримку підприємств торгівлі. Отже, актуальність теми дослідження визначається як теоретичною важливістю для науковців і практиків у галузі торгівлі, економіки та управління, так і необхідністю адаптуватися до нових умов, спричинених війною.

Матеріали та методи. Основною метою дослідження є глибокий аналіз ситуації, що склалася на підприємствах сфери торгівлі через введення воєнного стану. Ми прагнемо виявити основні проблеми та виклики, з якими стикаються ці підприємства, а також розробити ефективні рекомендації для подолання цих труднощів. Наша мета полягає в забезпеченні стійкого розвитку та відновлення підприємств після воєнного конфлікту.

Крім того, значну роль у дослідженні відіграє динаміка онлайн-торгівлі та зміна асортименту покупок в інтернеті після початку повномасштабного вторгнення.

Результати. Закон № 3219-IX [7], що набрав чинності з 1 серпня 2023 року, вніс зміни до Податкового кодексу для адаптації оподаткування до умов воєнного стану. Зміни передбачають скасування єдиного податку у розмірі 2 % та обмеження про-

ведення перевірок деяких категорій товарів і послуг. Також вносяться зміни, що стосуються реєстраторів розрахункових операцій (РРО).

Зокрема, встановлюється, що штрафи за порушення, пов'язані з РРО, не будуть застосовуватися до всіх суб'єктів господарювання, крім тих, що здійснюють операції з підакцизними товарами, валютою та азартними іграми. Починаючи з 1 жовтня 2023 року, звільнення від відповідальності застосовується лише до робітників, які працюють на тимчасово окупованих територіях або в зоні активних бойових дій.

Зміни передбачають повернення до обов'язкового використання РРО та посилення фіскального контролю, що ускладнює умови ведення бізнесу під час війни. Опитування також вказують на те, що однією з найбільших проблем для бізнесу є доступність кредитів та урядових грантів.

Навіть за наявності урядових ініціатив та програм підтримки і спеціалізованих програм для окремих галузей, включаючи сферу торгівлі, бізнес продовжує стикатися з проблемою нестачі фінансової ліквідності.

Згідно з даними опитування компанії Deloitte в Україні, перед війною другий рік поспіль спостерігалася важлива тенденція: темпи зростання онлайн-покупок вдвічі перевищували темпи зростання офлайн-покупок. 22 % респондентів повідомили, що почали купувати частіше в інтернеті, тоді як лише 9 % надають перевагу офлайн-магазинам. Ця тенденція посилювалася, частково через наслідки пандемії, яка змусила багатьох людей перейти на онлайн-шопінг.

Дослідження Soul Partners і Baker Tilly Україна показали, що обсяг ринку електронної комерції 2020 року зріс на 41% до \$4 млрд, що становить 8,8 % від загального обсягу роздрібної торгівлі в

Україні. Прогнозувалося, що ця частка 2021 року зросте до 9,2 %, або \$ 4,4 млрд. Ринок електронної комерції майже потроївся з 2016 року, і аналітики прогнозують подвоєння цього показника протягом наступних п'яти років.

Для більш глибокого розуміння сучасних тенденцій у сфері торговельного бізнесу розглянемо статистику компаній, які припинили свою діяльність через військові дії за результатами 2022 року (рис. 2).

На основі даних з рис. 2 можна зробити висновки, що більшість припинень діяльності спостерігається у секторі малого бізнесу, де цей показник становить 18,5 %. Другу сходинку посідають компанії малої (9,8 %) та середньої (9,7 %) величини,

тоді як великі підприємства (6,2 %) займають третє місце. Ця різниця пояснюється декількома факторами, зокрема кількість працівників, обмеження у фінансових ресурсах, наявність запасів продукції та рівень державної підтримки [6].

За результатами опитування, проведеного «Європейською Бізнес Асоціацією» серед 100 представників малого та середнього бізнесу, у червні 2023 року, для підприємств торгівлі, головною проблемою залишається недостатня купівельна спроможність українців (58 %) та проблеми, які виникають під час залучення коштів (32 %). Додаткові труднощі виникають через нестачу кваліфікованих працівників та складнощі із забезпеченням захисту співробітників від мобілізації (29 %).

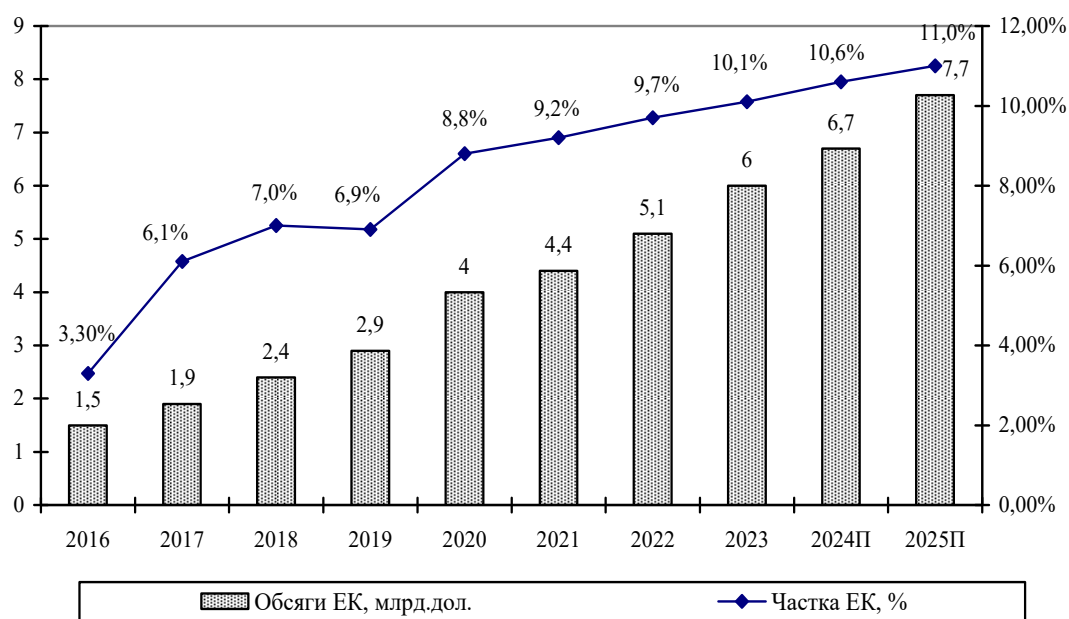


Рис. 1. Динаміка ринку електронної комерції та її частки в роздрібній торгівлі [6]

* Інфографіка: EVO Group, аналіз Soul Partners

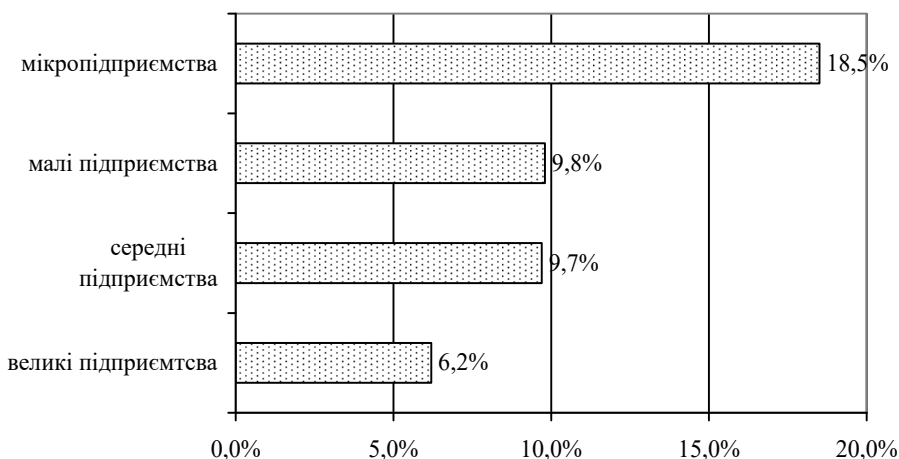


Рис. 2. Відсоток підприємств, що припинили свою діяльність за розмірами

Оптимальні перспективи для збільшення продажів через онлайн-канали спостерігали в сегментах споживчої електроніки та одягу. Прогнозувалося, що частка онлайн-продажів електроніки може зрости з 23 % до практично 46 %. Сектор онлайн-торгівлі одягом в Україні показував стабільне зростання на 26 % в середньому щороку з 2016 року, досягаючи обсягу в \$ 291 млн 2020 року. Хоча лише близько 7 % одягу продавали через інтернет, середній чек складав лише \$ 24–31. Порівняно із сусідніми країнами Україна мала найнижчий рівень витрат на електронну комерцію на одну особу на рік – \$ 104, тоді як у сусідній Польщі цей показник становив \$ 541.

Один з п'яти найбільш розвинених секторів українського електронного бізнесу включає: меблі та товари для дому, косметичку та парфумерію, а також товари для дітей. Ліки і продукти харчування є відносно новими категоріями на ринку, але мають великий потенціал для зростання. За даними агентства онлайн-маркетингу Promodo, 82,6 % ринку займають маркетплейси, такі як Rozetka, Prom.ua, epicentrik.ua, Bigl, Zákupka та Allo.

На другому місці розташовуються великі магазини, які складають 14,8 % ринку. Мультикатегорійні магазини складають найменшу частку – 2,6 %. Однак повномасштабна війна росії проти України повністю змінила цю картину.

Після трьох місяців війни експерти з компанії Promodo проаналізували зміни ключових показників у семи сегментах українського електронного бізнесу. Показники, на які робили акцент, включали рекламний бюджет, дохід, користувачів, вартість залучення клієнта, середній чек та частину рекламних витрат.

У березні електронна комерція майже зупинилася. У день російського вторгнення всі онлайн-магазини в середньому втратили 82,7 % сесій, а протягом першого тижня українські онлайн-роздрібники втратили майже весь дохід, в середньому втративши 92 %. Проте до середини березня доходи почали зростати разом зі значним збільшенням кількості сесій. У кінці травня деякі категорії навіть повернулися до довоєнних показників (зоотовари та косметика, включно із господарськими та гігієнічними товарами).

Війна не лише змінила місце проживання багатьох українців, але й їхню поведінку щодо покупок. У новому місці люди не завжди можуть знайти необхідні товари, тому вони почали частіше робити покупки в інтернеті. Потреба облаштування життя на новому місці призвела до тимчасового зростання попиту на певні товари, наприклад, на зміну зимового одягу на весняний та літній. До речі, найповільніше відновлюються за доходом категорії «Продукти», «Ліки» та «Одяг і взуття».

Згідно із даними маркетплейсу Prom.ua, у березні кількість інтернет-замовлень порівняно із попереднім роком зменшилася на 63 %. Проте до червня цей показник майже повністю відновився і склав 93 %. Також відбулися зміни в географічному та гендерному розподілі: частка чоловіків серед онлайн-покупців зросла майже на 10 %, до 24 лютого жінки та чоловіки купували приблизно однаково (50/50) [7].

Найбільше покупців у віці 25–34 років. Цікаво, що переважає так званий чистий онлайн, коли 86 % одразу купують необхідні товари онлайн, і лише 14 % спочатку шукають офлайн, а потім замов-

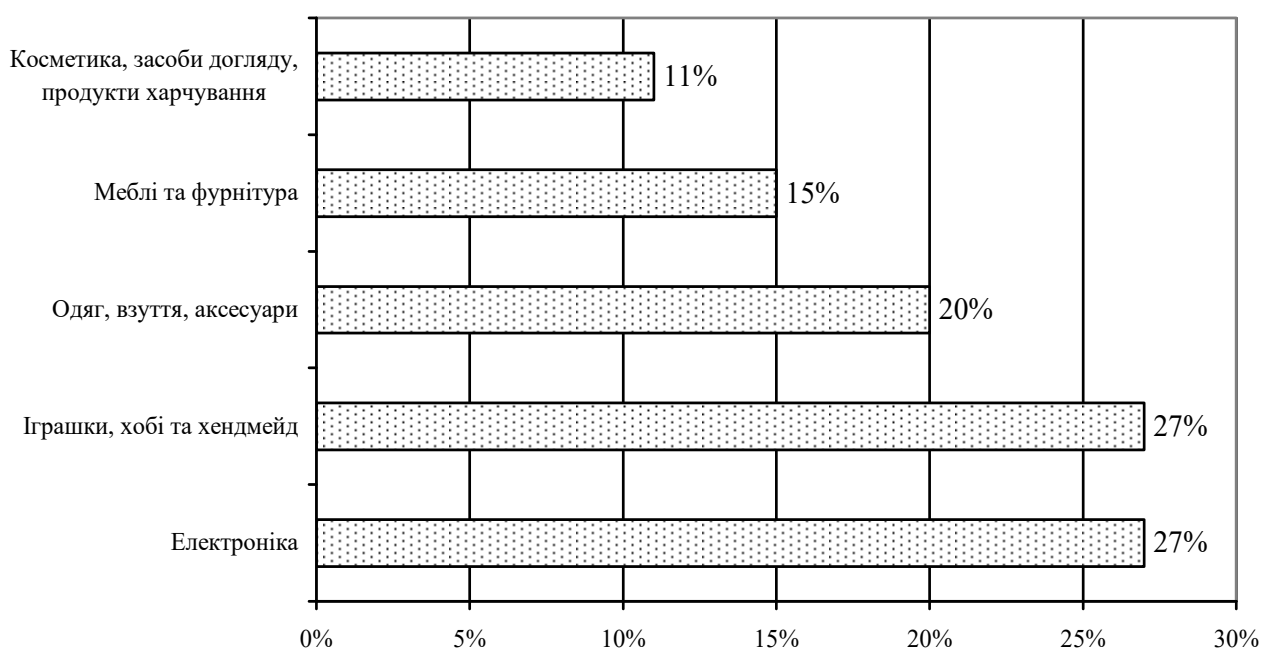


Рис. 3. Місце найпопулярніших онлайн-покупок після повномасштабного вторгнення

ляють на маркетплейсах. Проте ситуація в різних сегментах електронної комерції суттєво різниться. На це впливає вид товару, його ціни та якість і ступінь необхідності.

Умови воєнного стану в Україні призводять до того, що підприємства торгівлі стикаються із суттєвими викликами. Вони втратили ринки збуту, мають пошкоджену інфраструктуру, логістичні труднощі, також є випадки психологічного тиску на персонал і керівництво.

Це потребує швидкого реагування і пристосування до нових умов. У цьому контексті допомога з боку держави стає надзвичайно важливою для виживання та подальшого розвитку торговельних підприємств. Вона може бути різноманітною, зокрема фінансова підтримка та консультативна допомога, але повинна мати на меті забезпечення стабільності та розвитку бізнесу в країні.

Кожен з цих напрямів спрямований на допомогу підприємствам у пристосуванні до складних умов,

Таблиця 1

Варіанти вирішення проблем торговельних підприємств в умовах війни торгівлі в умовах війни [3]

Вид проблеми	Опис проблеми	Заходи та шляхи вирішення
Логістичні проблеми	Труднощі з постачанням товарів через ушкодження інфраструктури та транспортних маршрутів.	Розробка альтернативних шляхів постачання, залучення локальних постачальників, співпраця з логістичними компаніями, які мають досвід роботи в умовах конфлікту.
Фінансові труднощі	Зменшення обсягів продажів та витрати на відновлення пошкодженого майна.	Залучення уряду та світової спільноти до фінансової підтримки, перегляд бізнес-моделі підприємства для оптимізації витрат, запровадження онлайн-торгівлі.
Втрата робочої сили	Мобілізація, виїзд працівників за кордон.	Створення сприятливих умов для роботи у дистанційному форматі, найм тимчасових працівників, програми залучення та утримання персоналу.
Безпека персоналу та майна	Ризик пошкодження та знищення майна, постійна загроза життю, здоров'ю та психіці персоналу внаслідок військових дій.	Впровадження заходів безпеки, посилення захисту приміщень, підготовка персоналу до дій у надзвичайних ситуаціях, страхування майна та життя працівників. Зміна попиту, перенесення попиту на товари першої необхідності, зниження попиту на інші товари. Аналіз ринку та зміна асортименту товарів відповідно до актуальних потреб споживачів, проведення акцій та знижок на менш популярні товари для стимулювання продажів.



Рис. 4. Напрями державної підтримки підприємств торгівлі України в умовах війни

мінімізації втрат та сприянні відновленню й розвитку бізнесу. Для вирішення проблем підприємств торгівлі в Україні в умовах війни необхідний комплексний підхід, що включає логістичну підтримку, фінансову стабільність, захист і безпеку, а також адаптацію бізнесу до нових умов. Ключем до успіху є гнучкість, інноваційність та співпраця між підприємствами, урядом та міжнародною спільнотою, які дозволять пережити поточні виклики та забезпечити стійке майбутнє для українського бізнесу.

Висновки. Аналізуючи вплив війни на бізнес, український онлайн-бізнес, стає очевидним, що дослідження цієї проблеми є важливим для розуміння її впливу на економіку та підприємництво в Україні. Такий аналіз допомагає виявити основні труднощі, на які наštовхнулися підприємства, та визначити шляхи їх подолання для забезпечення стабільного розвитку країни у майбутньому.

Від початку війни українська економіка стала перед серйозними викликами: багато торговельних підприємств зазнали ушкоджень або були знищені, що призвело до значних економічних втрат. Для детального вивчення тенденцій у діяльності торговельного сектору було проаналізовано частину підприємств, які припинили свою діяльність через військові дії 2022 року. Більшість таких зупинок у роботі сталися у секторі мікробізнесу, за ними йде малий і середній бізнес, тоді як великий бізнес зазнав менших втрат.

Дослідження свідчить про те, що умови війни ставлять перед підприємствами торгівлі, зокрема і онлайн торгівлі, значні виклики. Для їх виживання та розвитку життєво важлива державна підтримка, включаючи фінансову допомогу, податкові пільги, логістичну та консультативну підтримку. Ключовими факторами успіху є гнучкість, інноваційність та співпраця всіх зацікавлених сторін.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Біроваш М. Ціна змін. Трансформація роздрібної торгівлі під час війни. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny>
2. Воловий І. Онлайн-продаж товарів в Україні демонструє стрімке зростання. URL: <https://businessua.com/telekom/93598onlain-prodazh-tovariv-v-ukraini-demonstrue-strimke-zrostannya.html>
3. Гирич С. В. Проблеми підприємств торгівлі в умовах воєнного стану та шляхи їх вирішення. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59.
4. Податковий кодекс України від 02 груд. 2010 р. № 2755-VI. *Верховна Рада України*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Порядок віднесення об'єктів до об'єктів критичної інфраструктури ; затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 110 від 09 жовт. 2020 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/415-2023-%D0%BF#Text>
6. Про критичну інфраструктуру: Закон України ; № 1882-IX від 01 січ. 2024 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1882-20#Text>
7. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану: Закон України ; № 3219-IX від 30 черв. 2023 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3219-IX#Text>
8. Симоненко К. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі рітейлерів протягом I півріччя 2022 року. URL: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/>
9. Український бізнес під час війни: реальна аналітика та перспективи на майбутнє у 2024 році. URL: <https://finstream.ua/ukrayinskyj-biznes-pid-chas-vijny-analytika/>

REFERENCES:

1. Birovash M. (2022), «Price of changes. The transformation of retail during the war», *Kyivstar Business Hub*, available at: <https://hub.kyivstar.ua/articles/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny> [in Ukrainian]
2. Volovyi I. (2024), «Online sales of goods in Ukraine show rapid growth», *BusinessUA*, available at: <https://businessua.com/telekom/93598onlain-prodazh-tovariv-v-ukraini-demonstrue-strimke-zrostannya.html> [in Ukrainian]
3. Hyrych S. (2024), «Problems of trade enterprises in the conditions of martial law and ways to solve them», *Economy and Society*, vol. 59, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-79> [in Ukrainian]
4. Tax Code of Ukraine: Law Ukraine № 2756-VI (2010, December 2), available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> [in Ukrainian]
5. The procedure for maintaining the Register of critical infrastructure objects, including such objects in the Register, accessing and providing information from it: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 110 (2020, October 09), available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/415-2023-%D0%BF#Text> [in Ukrainian]
6. About critical infrastructure: Law of Ukraine № 1882-IX (2024, January 01), available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1882-20#Text> [in Ukrainian]

7. On amendments to the Tax Code of Ukraine and other laws of Ukraine regarding the peculiarities of taxation during the period of martial law: Law of Ukraine № 3219-IX (2023, June 30), available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3219-IX#Text> [in Ukrainian]

8. Symonenko K. (2022), «The impact of the war on Internet trade: how online sales of retailers changed during the first half of 2022», *The Association of retailers of Ukraine*, available at: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/> [in Ukrainian]

9. Ukrainian business during the war: real analytics and prospects for the future in 2024 (2024), *FinStream*, available at: <https://finstream.ua/ukrayinskyj-biznes-pid-chas-vijny-analytika/> [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 15.05.2024