

Економічні науки

УДК 331.1355.021

Кучкова Ольга Вікторівна

кандидат економічних наук, доцент,

завідувач кафедри маркетингу та логістики

Український державний університет науки та технологій

ННІ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Kuchkova Olga

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Head of the Department of Marketing and Logistics

Ukrainian State University of Science and Technology

National Research Institute "Ukrainian State University of Chemical Technology"

ORCID: 0000-0002-9249-0216

Чуприна Наталія Миколаївна

доктор економічних наук,

професор кафедри маркетингу та логістики

Український державний університет науки та технологій

ННІ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Chupryna Natalia

Doctor of Economic Sciences,

Professor of the Department of Marketing and Logistics

Ukrainian State University of Science and Technology

National Research Institute "Ukrainian State University of Chemical Technology"

ORCID: 0000-0002-4035-8934

Доценко Ганна Євгенівна

старший викладач кафедри маркетингу та логістики

Український державний університет науки та технологій

ННІ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Dotsenko Hanna

Senior Lecturer of the Department of Marketing and Logistics

Ukrainian State University of Science and Technology

National Research Institute "Ukrainian State University of Chemical Technology"

ORCID: 0000-0001-9962-8225

РОЗВИТОК ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ЧАС

DEVELOPMENT OF UKRAINIAN MARKET INFRASTRUCTURE IN WARTIME

Анотація. *Стаття присвячена аналізу змін, які відбулися в інфраструктурі ринку України в умовах війни. Військовий конфлікт став серйозним викликом для всієї економіки країни, що призвело до порушення традиційних економічних зв'язків та змусило ринок адаптуватися до нових умов.*

У статті розглядаються проблеми, з якими стикаються українські підприємства в умовах воєнного часу, такі як зниження доступності ресурсів, порушення логістичних ланцюгів та потреба в адаптації виробничих процесів до нових реалій. Окремо висвітлено роль інноваційних технологій, зокрема цифровізації, як засобу для підвищення стійкості інфраструктури і забезпечення безперебійного функціонування ринку в умовах війни. Також акцентується увага на спеціалізацію торгової мережі, визначає темпи її зростання та адаптації до умов ринку, необхідності підтримки критичної інфраструктури, зокрема Продуктовий ритейл, непродуктовий ритейл, проаналізовано аптечний ритейл.

У статті підкреслюється важливість стратегічного підходу до розвитку інфраструктури, орієнтованого на довгострокову стабільність і економічне відродження країни після завершення військових дій.

Таким чином, стаття висвітлює ключові виклики та можливості, які стоять перед Україною в контексті розвитку ринкової інфраструктури в умовах війни, а також роль інновацій у відновленні та адаптації економічної системи країни.

Ключові слова: *інфраструктура, товарний ринок, розвиток, воєнний час, ритейл.*

Summary. *The article is devoted to the analysis of changes that have occurred in the infrastructure of the Ukrainian market in wartime. The military conflict has become a serious challenge for the entire economy of the country, which has led to the disruption of traditional economic ties and forced the market to adapt to new conditions.*

The article examines the problems faced by Ukrainian enterprises in wartime, such as reduced availability of resources, disruption of logistics chains and the need to adapt production processes to new realities. The role of innovative technologies, in particular digitalization, as a means of increasing the stability of the infrastructure and ensuring the smooth functioning of the market in wartime is separately highlighted. Attention is also focused on the specialization of the retail network, which determines the pace of its growth and adaptation to market conditions. The need to support critical infrastructure, in particular, food retail, non-food retail, pharmacy retail is analyzed.

The article emphasizes the importance of a strategic approach to infrastructure development, focused on long-term stability and economic revival of the country after the end of hostilities.

Thus, the article highlights the key challenges and opportunities facing Ukraine in the context of developing market infrastructure in wartime, as well as the role of innovation in the restoration and adaptation of the country's economic system.

Key words: *infrastructure, commodity market, development, wartime, retail.*

Постановка проблеми. У сучасних ринкових умовах важливим чинником успішного функціонування підприємств є наявність розвиненої інфраструктури, яка є невід'ємною частиною будь-якої економічної системи. Створення ефективної ринкової інфраструктури є одним із ключових завдань у процесі трансформації структури економіки України.

За останні десятиліття Україна здійснила значні кроки в напрямку модернізації своєї інфраструктури. Однак, попри досягнення, ще існує низка проблем, які потребують вирішення. Це стосується як старіння та недостатнього розвитку окремих секторів інфраструктури, так і викликів, що виникають через зовнішні та внутрішні економічні фактори, включаючи війни, економічні санкції та необхідність адаптації до нових умов ринку.

Методологія дослідження базується на статистичному, порівняльному, логічному методах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні засади створення та функціонування ринкової інфраструктури агропромислового комплексу висвітлені в роботах провідних українських економістів: Гайдучького П.І., Губського Б.В., Бойка В.І., Коваленка Ю.С., Маліка М.Й., Саблука П.Т., Ситника В.П., Шпичака О.М. та інших. Їхні дослідження сформували потужну теоретичну та методологічну основу для цього напрямку, що дозволило вирішити низку практичних питань.

Формулювання цілей статті полягає в розробці теоретичних і практичних основ розвитку ринкової інфраструктури та аналіз діяльності підприємств в воєнний час.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для наукового підходу до вирішення досліджуваної проблеми необхідно насамперед уточнити сутність інфраструктури та визначити її структуру. Аналіз вітчизняних літературних джерел показує, що термін "інфраструктура" вперше був введений для позначення об'єктів і споруд, які забезпечували функціонування збройних сил. Починаючи з середини 50-х років ХХ

століття, цей термін активно використовується в економічній і політичній літературі. На рівні загальнодержавного підходу поняття “інфраструктура” (від лат. *infra*- нижче, під + *structura* – будова) визначається як складова частина загального устрою економічного та політичного життя, що має допоміжний характер та забезпечує нормальну діяльність економічної та політичної систем в цілому. Дослівно інфраструктура – це основа, фундамент, внутрішня будова економічної системи [1, с. 91].

Деякі дослідники визначають інфраструктуру як сукупність галузей народного господарства, що забезпечують обслуговування промисловості та сільського господарства. До цієї системи належать як виробнича, так і невиробнича (соціальна) інфраструктура. До елементів виробничої інфраструктури відносяться шосейні дороги, канали, мости, порти, аеродроми, залізничний транспорт, системи зв’язку та енергопостачання [2, с. 154]. З огляду на це, інфраструктура не створює кінцевого матеріального продукту, а формує умови, необхідні для його виробництва. У своєму ідеальному вигляді інфраструктура сприяє відтворенню та розвитку економіки через інформаційні, фінансові та товарні потоки.

Стан торгової мережі України на 2024 рік відзначається адаптацією до воєнних умов, стабільним розвитком у безпечних регіонах та помірними темпами відновлення у постраждалих зонах. Загальна кількість магазинів, які функціонують становить понад 4630 продуктових точок. Найвищу концентрацію спостерігають у Києві (1459 точок), Львівській (480), Дніпропетровській (356) та інших областях, у той час як у прифронтових регіонах, як-от Донецька область, мережа майже відсутня [3; 4]. Приріст становив 205 нових точок за 9 місяців 2024 року, що свідчить про збереження інтересу операторів до розширення, незважаючи на виклики [3].

Непродовольчий ритейл, станом на вересень 2024 року працює понад 4000 непродовольчих точок, демонструючи один із найвищих приростів за минулий рік (+19%) та помірний ріст у 2024 (+3%). Лідерами за

концентрацією магазинів залишаються Київ, Дніпро, Львів, Одеса та Вінниця [3]. При цьому спостерігається зростання аптечного сегменту. Кількість точок зросла на 19% за рік, досягнувши понад 6200 аптек. Основна концентрація в Києві (1170 аптек) та великих містах [3]. Зниження купівельної спроможності залишається бар'єром для зростання в окремих регіонах (рис. 1).

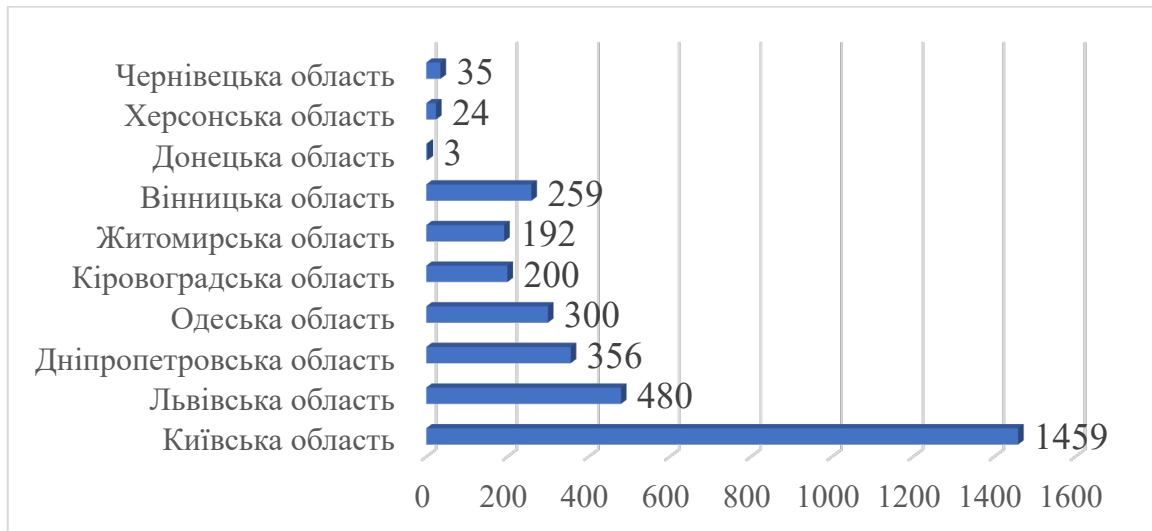


Рис. 1. Кількість торгових точок на ринках України станом на 1.09.2024 р.

Станом на 1 вересня 2024 року торгова мережа в Україні продовжує зростати та адаптуватися до поточних умов. Загальна кількість продуктових магазинів перевищує 4600, з найбільшою концентрацією в Київській області (1459 точок), тоді як найменша кількість знаходиться в прифронтових регіонах, таких як Донецька область (3 магазини). Сфера непродовольчого ритейлу також активно розвивається, маючи понад 4000 магазинів, з яких значна частка розташована у Києві, Дніпрі та Львові. Загалом, кількість торгових точок у більшості регіонів демонструє приріст, хоча в окремих областях зафіксовано скорочення через військові дії та економічні виклики.

Спеціалізація торгової мережі визначає темпи її зростання та адаптації до умов ринку. До сегментів торгівельних мереж відносяться:

1. Продуктовий ритейл (FMCG). Приріст продуктових магазинів становив 205 нових точок за 9 місяців 2024 року. Це відповідає темпу

близько 5% щорічно. Найбільша концентрація магазинів у безпечних регіонах (Київ, Львів, Дніпро), із мінімальним охопленням у прифронтових зонах (Донецька та Херсонська області). Омніканальні продажі та онлайн-доставка стають невід'ємними складовими операційної стратегії даного сегменту [3].

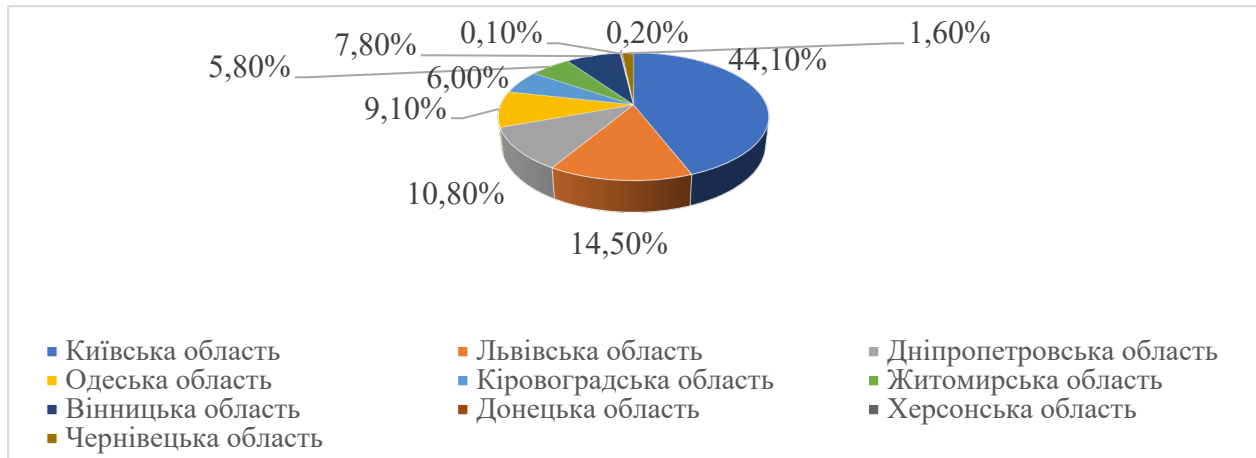


Рис. 2. Продуктові ритейли в Україні станом на 01.09.2024 р., %

На діаграмі показано розподіл продуктових ритейлерів у відсотках за областями України станом на 1 вересня 2024 року. Київська область має найбільшу частку, що підтверджує її роль як основного центру продуктової торгівлі в Україні. Інші регіони представлені пропорційно до своєї економічної активності та безпекової ситуації.

2. Непродовольчий ритейл. Високий приріст онлайн-продажів, що компенсує спад у відкритті нових фізичних точок. Розширення мереж у великих містах, як-от Київ, Львів, Одеса. Чистий приріст у 2024 році склав понад 10%. Акцент на цілодобові формати обслуговування та інтеграцію штучного інтелекту для спрощення покупок. Основні гравці: "Ельдорадо", "Фокстрот", "Comfy". Міжнародні бренди адаптують свої стратегії для роботи на українському ринку в умовах обмеженої купівельної спроможності.

Станом на 1 вересня 2024 року сектор непродовольчого ритейлу в Україні демонструє стабільне зростання, попри значні виклики. У 2024 році

було відкрито понад 200 нових торгових точок, що складає приріст на 3% у період із січня до квітня. Непродовольчий ритейл становить близько 20% від усіх сегментів торгівлі. Основними регіонами концентрації таких магазинів є Київ, Дніпро та Львів, які разом налічують близько 38% торгових точок цього сегмента в Україні. Відзначається також активний розвиток аптечного та fashion-ритейлу, особливо у великих містах, таких як Харків та Одеса, із загальною позитивною динамікою відкриття нових об'єктів [5].

3. Аптечний ритейл. Найбільша динаміка серед усіх сегментів. Кількість аптек зросла на 19% за останній рік і досягла 6216 точок. Максимальна кількість аптек у Києві (1170 точок), значний приріст у Львові та Дніпрі. У прифронтових регіонах спостерігається відсутність значних змін. Потреба в медичних товарах під час воєнних дій залишається ключовим драйвером розвитку аптечної мережі [6].

Серед категорій товарів «аптечного кошика» найвищими темпами зростають обсяги аптечного продажу дієтичних добавок. За 9 міс 2024 р. зростання у грошовому вираженні становить 28%, а в натуральному — 15%, що значно вище за темпи зростання інших категорій та середньоринковий показник зростання. Це сприяє продовженню тенденції до збільшення частки дієтичних добавок у загальній структурі ринку (рис. 3). За підсумками 9 міс 2024 р., частка дієтичних добавок становить 11,0% у грошовому та 8,7% у натуральному вираженні [6].

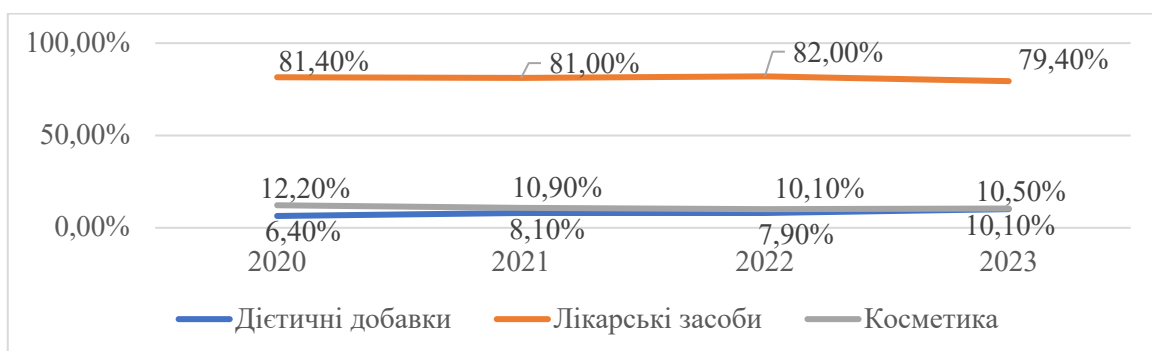


Рис. 3. Динаміка частки різних категорій товарів «аптечного кошика»

Станом на 1 вересня 2024 року фармацевтичний ритейл в Україні демонстрував позитивні тенденції зростання, зокрема:

- зростання ринку в грошовому вираженні. Обсяг аптекних продажів у 2024 році зріс на 18-19% у порівнянні з попереднім роком. Найбільше зростання відбулося у сегменті дієтичних добавок (+28-29%), що свідчить про збільшення попиту на профілактичні та оздоровчі засоби. Лікарські засоби також зросли на 16-17% у грошовому вираженні.

- структурні зміни. Частка дорогих препаратів значно збільшилася, склавши 87,7% продажів у грошовому еквіваленті. Проте їх частка у натуральному вираженні залишилась на рівні 52,4%. У продажах спостерігається переважання вітчизняних препаратів у грошовому вираженні, але в натуральному вираженні зростає частка імпортованих лікарських засобів.

- ціноутворення. Середня вартість упаковки товарів «аптечного кошика» досягла 145,7 грн, що на 16,5% більше порівняно з попереднім роком. Найвища ціна спостерігається у категорії дієтичних добавок.

- ключові гравці ринку. Серед лідерів аптечного ритейлу залишаються українські компанії, зокрема «Фармак», «Дарниця» і «Київський вітамінний завод». Водночас зростання демонструють і деякі міжнародні бренди.

4. Дрогері-сегмент (товари повсякденного використання, косметика, побутова хімія). У 2022 році в країні було відкрито 165 нових магазинів (а в довоєнному 2021 р. — 268 магазинів). Загалом, на кінець грудня 2023 р. загальна кількість магазинів найбільших дрогері-ритейлерів, які працюють в Україні вже перевищила позначку у 2 800 об'єктів. Таким чином, зростання загальної кількості магазинів у країні порівняно з кінцем 2022 р. склало бл. 9% (рис. 4). Станом на вересень 2024 року, дрогері-сегмент в Україні продовжує демонструвати активне зростання, незважаючи на виклики, зокрема через економічні труднощі та глобальні зміни [6].



Рис. 4. Загальна кількість дрогері-магазинів сучасних форматів в Україні, 2014-2023 рр. [6]

Основні тенденції, які визначають розвиток ринку, включають:

- зростання попиту на локальні бренди. Після початку війни в Україні спостерігається збільшення виробництва та споживання місцевих продуктів, зокрема косметичних та гігієнічних товарів, що підтримують економіку та мають більш конкурентоспроможні ціни на фоні валютних коливань.

- активний розвиток онлайн-продажів. Рітейлери активно розвивають онлайн-магазини, пропонуючи зручні способи доставки та знижки. Потреба у швидких доставках, включаючи доставки в один день, стає стандартом.

- автоматизація та технології. Для підвищення ефективності та вирішення проблем з дефіцитом робочої сили компанії активно впроваджують автоматизовані системи, зокрема в обробці замовлень та складуванні товарів.

- екологічні тенденції. Споживачі все більше орієнтуються на продукти, що відповідають стандартам сталого розвитку. Рітейлери відповідають на цей попит, пропонуючи екологічні товари та пакування.

- збільшення конкуренції та розширення мереж. Топові мережі, такі як EVA, PROSTOR та Watsons, продовжують відкривати нові магазини, розширюючи своє покриття, що свідчить про стабільність і зростання сектору.

Ці фактори формують позитивний прогноз для ринку дрогері-товарів в Україні на наступні роки, зокрема завдяки змінам у споживчих перевагах та активному використанню цифрових каналів для продажів. Більшість

великих мереж впроваджують автоматизацію бізнес-процесів (наприклад, програми лояльності, цифрові чеки). Значна частина сегментів, включно з продуктами та електронікою, переходить до інтегрованих онлайн-офлайн рішень [5].

Таким чином, торгова мережа України демонструє різну динаміку розвитку залежно від спеціалізації:

- продуктовий ритейл залишається основою, підтримуючи стабільний приріст.

- аптечні мережі — лідери за темпами зростання.

- непродовольчі мережі зберігають позиції завдяки інноваціям та онлайн-продажам.

Ці тенденції свідчать про те, що адаптація та регіональні особливості є ключовими факторами розвитку торгової мережі України у 2024 році.

Стратегічний підхід до розвитку інфраструктури передбачає комплексне планування та реалізацію заходів, спрямованих на забезпечення сталого функціонування і розвитку різних секторів інфраструктури, з урахуванням довгострокових економічних, соціальних та технологічних тенденцій. У контексті розвитку інфраструктури ринку України, особливо в умовах воєнного часу, стратегічний підхід є особливо важливим, оскільки він дозволяє:

- адаптувати інфраструктуру до нових умов. У воєнний період критично важливо, щоб інфраструктура була гнучкою і здатною швидко адаптуватися до зміни умов. Це включає збереження та відновлення інфраструктурних об'єктів, в тому числі цифрові платформи для забезпечення комунікацій і інформаційних потоків.

- модернізація та інновації. Стратегічний розвиток передбачає не тільки відновлення існуючих інфраструктурних об'єктів, але й впровадження новітніх технологій, що забезпечують ефективність і стійкість. Наприклад, цифровізація, автоматизація, інтелектуальні

транспортні системи можуть зменшити залежність від традиційних ресурсів та підвищити стійкість до воєнних загроз.

- забезпечення економічної безпеки. У воєнний час важливим аспектом є наявність резервів інфраструктури для швидкого відновлення та стабілізації економіки. Стратегічний підхід включає розробку планів для захисту та відновлення ключових інфраструктурних елементів.

- інтеграція різних секторів. Важливою складовою стратегічного розвитку є інтеграція різних видів інфраструктури. Їх узгоджене функціонування дозволяє створювати більш ефективні механізми управління та забезпечення економічної стабільності, навіть в умовах кризових ситуацій.

- стратегічне планування та довгострокова перспектива. Важливим елементом є розробка стратегій на кілька років або десятиліть вперед, що дозволить не тільки відновити інфраструктуру, а й створити умови для її розвитку в поствоєнний період. Це включає формування прогнозів і сценаріїв розвитку, а також врахування можливих економічних та соціальних викликів.

Таким чином, стратегічний підхід до розвитку інфраструктури ринку України в воєнний час сприяє не лише швидкому реагуванню на поточні виклики, а й забезпечує основу для відновлення та сталого розвитку після завершення конфлікту.

Висновки. Інфраструктура ринку України за останні роки зазнала значних змін і адаптацій, що сприяло підвищенню конкурентоспроможності економіки. Важливими аспектами стали зростання інвестицій у логістичну та транспортну інфраструктуру, розвиток цифрових платформ і послуг, а також покращення доступу до новітніх технологій. Це позитивно впливає на розвиток ключових секторів економіки, таких як ритейл та фармацевтика.

Однак, для досягнення сталого розвитку необхідно подолати залишкові проблеми, пов'язані з політичною нестабільністю, воєнним

часом, недостатньою інтермодальністю транспорту та неефективним використанням інфраструктурних ресурсів. Водночас важливим є продовження реформ у галузях, які впливають на ринкові механізми, включаючи посилення правової бази для інвестицій і покращення доступу до фінансування для малого та середнього бізнесу.

Таким чином, інфраструктура ринку України має позитивний потенціал для подальшого розвитку, однак для реалізації цього потенціалу необхідні стабільність та ефективне управління ресурсами, а також стратегічні інвестиції у довгостроковій перспективі.

Література

1. Словник термінів ринкової економіки / Під заг. ред. проф. В.І. Науменка. К.: “Глобус”, 1996. 288 с.
2. Садчикова І. Концептуальні положення обґрунтування сутності категорії «інфраструктура». *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. 4(24). С. 155–169. [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2020-4\(24\)-155-169](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2020-4(24)-155-169).
3. Географія ритейлу-2024: в яких регіонах та як представлені гравці основних галузей торгівлі України. URL: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-6/> (дата звернення: 01.12.2024)
4. Ринок ритейлу України: ТОП 180 торгових операторів FMCG за кількістю магазинів. URL: <https://allretail.ua/researches/list-of-180-ukrainian-food-retailers-by-number-of-stores-first-half-2024> (дата звернення: 01.12.2024)
5. Міжнародні бренди адаптують стратегії для роботи на українському ринку URL: <https://laba.ua/blog/4137-yak-globalni-brendy-pidkoruut-miscevi-rynku> (дата звернення: 01.12.2024)
6. В авангарді все ті ж: експерти підвели підсумки розвитку дрогері-ринку у 2023 році. URL: <https://allretail.ua/news/79069-v-avangardi-vse-ti-zh->

eksperti-pidveli-pidsumki-rozvitku-drogeri-rinku-u-2023-roci (дата звернення: 01.12.2024)

7. Аптечний продаж. URL: <https://proximaresearch.com/ua/ua/novini/aptechnyj-prodazh-za-pershi-9-mis-2024-roku/> (дата звернення: 01.12.2024).

References

1. Dictionary of market economy terms / Under the general editorship of prof. V.I. Naumenko. K.: "Globus", 1996. 288 p. [in Ukrainian].

2. Sadchikova I. Conceptual provisions of the justification of the essence of the "infrastructure" category. *Problems and prospects of economics and management*. 2021. 4(24). P. 155–169. [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2020-4\(24\)-155-169](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2020-4(24)-155-169) [in Ukrainian].

3. Geography of retail-2024: in which regions and how are the players of the main branches of trade of Ukraine represented URL: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-6/> [in Ukrainian].

4. Retail market of Ukraine: TOP 180 FMCG retail operators by the number of stores. <https://allretail.ua/researches/list-of-180-ukrainian-food-retailers-by-number-of-stores-first-half-2024> [in Ukrainian].

5. International brands adapt strategies to work on the Ukrainian market URL: <https://laba.ua/blog/4137-yak-globalni-brendy-pidkoruut-miscevi-rynky> [in Ukrainian].

6. In the vanguard, all the same: experts summed up the development of the drugstore market in 2023 URL: <https://allretail.ua/news/79069-v-avangardi-vse-ti-zh-eksperti-pidveli-pidsumki-rozvitku-drogeri-rinku-u-2023-roci> [in Ukrainian].

7. Pharmacy sales URL: <https://proximaresearch.com/ua/ua/novini/aptechnyj-prodazh-za-pershi-9-mis-2024-roku/> [in Ukrainian].