

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-346-5-35>

УДК 339.33(477)

БЕНГЕРОВА Олена

Таврійський держаний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного

<https://orcid.org/0009-0004-3048-4226>e-mail: olena.venherova@tsatu.edu.ua

ПІДПРИЄМСТВА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

У статті досліджено стан і особливості діяльності підприємств оптової торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. Розкрито роль оптової торгівлі як посередника на товарному ринку та її функції. Проаналізовано динаміку кількості підприємств у сфері оптової торгівлі і встановлено зростання числа нових оптових компаній, зареєстрованих під час воєнного стану. Виявлено основні чинники впливу війни на оптову торгівлю, зокрема порушення логістики, труднощі постачання, зміни споживчого попиту, дефіцит кадрів та обмеження фінансових ресурсів. Встановлено, що попри масштабні втрати і виклики, український бізнес продовжує функціонувати навіть в умовах війни, а оптовий сектор демонструє адаптивність та стійкість. Наведено актуальні статистичні дані воєнного часу: оптова торгівля входить до провідних сфер підприємництва за кількістю новостворених суб'єктів, частка оптовиків серед нових великих платників податків у 2022–2023 рр. була найбільшою. Зроблено висновки щодо тенденцій та перспектив розвитку оптової торгівлі у воєнний період.

Ключові слова: оптова торгівля; оптовий товарооборот; воєнний стан; оптові підприємства; бізнес-стійкість.

VENHEROVA Olena

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

WHOLESALE TRADE ENTERPRISES UNDER MARTIAL LAW CONDITIONS

The article explores the functioning of wholesale trade enterprises in Ukraine under the conditions of martial law caused by the full-scale Russian invasion in 2022. The study highlights the crucial role of wholesale trade as an intermediary in the national economy, ensuring the movement of goods from producers to consumers and maintaining supply stability during the crisis. The paper analyzes the dynamics of the wholesale sector before and during the war, emphasizing the transformation of business models, logistics chains, and market behavior. Based on the data of the State Statistics Service, YouControl and Gradus Research Company, the author identifies that despite large-scale destruction and logistical disruptions, the Ukrainian wholesale trade sector has shown high adaptability.

The research reveals the main challenges faced by enterprises: loss of infrastructure, relocation of warehouses, shortage of personnel due to migration and mobilization, increased transportation costs, and decreased purchasing power. At the same time, new opportunities emerged — digitalization of trade processes, the growth of e-commerce and online wholesale platforms, and strengthening cooperation between producers and distributors. The article outlines the main strategies used by enterprises to ensure business continuity: diversification of suppliers, optimization of assortment, partnership logistics, and adaptation of marketing decisions to wartime conditions.

The study concludes that wholesale enterprises play a vital role in sustaining the Ukrainian economy and ensuring the country's resilience. Despite wartime difficulties, wholesale trade remains one of the most active business sectors, accounting for a significant share of new registered enterprises and large taxpayers in 2022–2023. The author emphasizes that after the victory, this sector will become one of the drivers of post-war economic recovery, participating in reconstruction and strengthening national supply chains. The findings can serve as a basis for forming public policies and enterprise strategies aimed at enhancing the sustainability and competitiveness of the wholesale trade sector during the war.

Keywords: wholesale trade; wholesale turnover; martial law; wholesale enterprises; business resilience.

Стаття надійшла до редакції / Received 12.09.2025

Прийнята до друку / Accepted 10.10.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

З початком воєнного стану (24 лютого 2022 р.) умови ведення бізнесу радикально змінилися. Прямі бойові дії на значній частині території України, руйнування інфраструктури, порушення логістичних шляхів і відтік працездатного населення створили безпрецедентні виклики для торговельного сектору. Особливої актуальності набуло питання підтримки безперервності постачання товарів населенню та адаптації оптових підприємств до екстремальних умов війни. У таких умовах дослідження стану оптової торгівлі під час війни є вкрай важливим і практично значущим. По-перше, від ефективності роботи оптових посередників залежить забезпечення потреб населення товарами першої необхідності. По-друге, оптовий сектор здатний підтримувати вітчизняних виробників збутом продукції і таким чином сприяти стабілізації економіки під час кризи. По-третє, виявлення змін і проблем в оптовій торгівлі під час війни створює базу для вироблення заходів державної політики щодо підтримки бізнесу та планування повоєнного відновлення.

Наукові дослідження торгівлі останніх років здебільшого були зосереджені на теоретичних засадах і довоєнних тенденціях розвитку галузі. Однак стан і подальший розвиток оптової торгівлі України в умовах війни залишаються недостатньо дослідженими. Повномасштабна війна призвела до глибоких структурних зрушень у внутрішній торгівлі, вплив яких на оптовий сегмент потребує окремого аналізу. Проблема, якій присвячено цю статтю, полягає в тому, щоб з'ясувати, як саме воєнні дії та запровадження воєнного стану

вплинули на функціонування оптових торговельних підприємств, які основні виклики постали перед ними і за рахунок яких чинників можлива підтримка ефективної діяльності оптової торгівлі у кризовий період. Важливим практичним завданням є пошук шляхів підвищення стійкості оптових підприємств, забезпечення їх адаптації до воєнних ризиків та збереження ланцюгів постачання товарів в умовах невизначеності. Таким чином, основна проблема дослідження зводиться до визначення рівня ефективності оптової торгівлі під час війни, що є необхідною умовою задоволення попиту населення і підтримки економіки України.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематика функціонування торгівлі в умовах війни розглядалась в роботах таких науковців, як Н. Кузьо, Н. Косар, В. Літвінова, О. Кобилінський, Н. Маркович, О. Продіус, М. Афанасенко, В. Пухленко, Т. Пашкуда, А. Афенді, Ю. Лобода, І. Кутліна, С. Гирич та багатьох інших. Так, Н. Кузьо і Н. Косар проаналізували основні тенденції розвитку оптової торгівлі України напередодні війни та наголосили, що позитивна динаміка оптового товарообороту, яка спостерігалася у 2016–2021 рр., може бути порушена внаслідок військових дій [1]. Дослідники зазначають, що впровадження сучасних маркетингових підходів (адаптація товарного асортименту, цінова гнучкість, переорієнтація каналів збуту, комунікація з клієнтами тощо) допоможе вітчизняним оптовим посередникам пристосуватися до умов воєнного часу та підтримати економіку країни [1]. Дослідження Кузьо і Косар заклало основу для розуміння того, як інструменти маркетингу можуть підвищити життєздатність оптової торгівлі під час війни.

У колективній роботі Т. Пашкуди і А. Афенді розглянуто загальний стан торгівлі України на макrorівні та систематизовано статистичні показники розвитку роздрібно й оптової торгівлі у 2017–2021 рр. [2]. Автори підкреслили структуроутворююче значення торговельної галузі для економіки та виділили низку проблем, зумовлених військовою агресією РФ: порушення логістики (масштабні пошкодження транспортної інфраструктури, блокада морських портів), труднощі з постачанням товарів через втрату великих складських потужностей у прифронтових регіонах, падіння платоспроможного попиту і структурні зсуви у споживчих вподобаннях (ажіотажне зростання попиту на продукти харчування та товари першої необхідності на початку війни поряд із різким спадом попиту на непродовольчі товари тривалого використання), відтік кадрів за кордон і внутрішнє переміщення людей (дефіцит персоналу в торгівлі, особливо серед жіночої робочої сили), нестачу оборотних коштів та інвестицій, а також прямі збитки бізнесу від бойових дій (знищення торговельних приміщень, складів, товарних залишків) [2]. Їх дослідження доводить, що хоча війна загострила старі та породила нові проблеми у торгівлі, вона також актуалізувала необхідність структурних реформ і дала імпульс для переосмислення стратегій розвитку оптової торгівлі.

Ю. Лобода та І. Кутліна дослідили окремі аспекти оптової торгівлі в Україні в умовах воєнного часу і дійшли висновку, що оптова торгівля залишається однією з найактивніших сфер бізнесу у воєнний період: частка компаній, що займаються оптовою торгівлею, серед нових великих платників податків у 2022 р. склала 24,2%, що є найбільшим показником серед галузей торгівлі. Крім того, протягом перших п'яти місяців війни (березень–липень 2022) було зареєстровано 2083 нових підприємств у сфері оптової та роздрібно торгівлі (разом із торгівлею транспортними засобами), що становить 18,8% від усіх новостворених юридичних осіб за цей період. Це свідчить про певну підприємницьку активність навіть в умовах найжорсткіших випробувань [3]. На основі цього зроблено висновок, що український бізнес продовжує розвиватися і в умовах війни, демонструючи гнучкість та інноваційність.

Окремо варто відзначити дослідження С. Гирича, який розглянув проблеми підприємств торгівлі (включно з оптовими) у воєнний час та шляхи їх вирішення. В його роботі підтверджено вищезазначені виклики, що стоять перед галуззю (логістичні, фінансові, кадрові проблеми тощо), та обґрунтовано заходи для їх подолання – зокрема, державну підтримку релокації бізнесу, податкові та кредитні пільги, стимулювання кооперації між торговельними підприємствами з метою спільного використання ресурсів та інфраструктури у кризовий період [4]. Результати досліджень Гирича узгоджуються з висновками інших авторів щодо необхідності державного втручання і внутрішніх резервів самих підприємств для забезпечення стійкості торгівлі.

У роботі О. Продіус, М. Афанасенко, В. Пухленко розглянуто стратегічні напрями підвищення ефективності діяльності підприємств оптової торгівлі в умовах воєнного стану. Автори наголошують, що для реалізації стратегії підвищення ефективності діяльності оптових підприємств важливим є комплексний підхід, що включатиме створення системи моніторингу, оцінку та корегування результатів діяльності підприємств [5]. Цінність роботи зазначених науковців полягає в порушенні актуального питання підвищення ефективності діяльності оптових підприємств в складних політичних і економічних умовах.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Незважаючи на велику кількість публікацій, які висвітлюють перші наслідки війни для оптової торгівлі, констатують значні втрати і проблеми та фіксують адаптивність українського бізнесу, багато питань ще залишаються відкритими, зокрема щодо довгострокових структурних змін на оптовому ринку і перспектив

його розвитку у воєнний період. Ця стаття покликана доповнити наявні напрацювання, узагальнивши статистичні дані та практичні приклади функціонування оптової торгівлі в умовах воєнного стану.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є аналіз діяльності підприємств оптової торгівлі в Україні в умовах воєнного стану, виявлення основних проблем і тенденцій їх розвитку, а також визначення факторів та заходів, що сприяють адаптації і підвищенню ефективності оптової торгівлі у воєнний період.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Перш за все розглянемо як змінився товарооборот підприємств оптової торгівлі протягом дії воєнного стану. З цією метою проаналізуємо оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі за допомогою даних Державної служби статистики України (рис. 1).

З рис. 1 бачимо, що оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі у 2022р. знизився на 18,03%, порівняно з 2021р. Але вже у 2023-2024 рр. ситуація на ринку оптової торгівлі стабілізувалась і товарооборот оптових підприємств досяг довоєнного рівня. Це свідчить про високу адаптивність підприємств оптової торгівлі в період дії воєнного стану.



Рис. 1. Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі за 2020-2024рр. в млн грн [6]

Аналіз реєстрації фізичних осіб-підприємців (ФОП) також підтверджує, що оптова торгівля залишається привабливою сферою для малого бізнесу навіть під час війни. В 2022–2025 рр. спостерігався бум підприємницької активності у галузях, пов'язаних із базовими потребами та ІТ-сектором. Частка оптової торгівлі у структурі нових ФОП виявилася на рівні 5–7%. Зокрема, за перше півріччя 2023 р. оптова торгівля займала 4-те місце (5,8%) серед видів діяльності новостворених ФОПів. Якщо врахувати весь період повномасштабного вторгнення РФ, станом на початок 2025 р. оптова торгівля складає близько 7,2% від усіх нових ФОП, що відповідає понад 54,6 тис. підприємств. Для порівняння, частка роздрібної торгівлі – близько 28%, ІТ – 9% [7]. Отже, оптовий бізнес продовжує займати помітну нішу у структурі малого підприємництва.

Важливим чинником, що вплинув на такі тенденції, є регіональна релокація бізнесу. Багато оптових компаній були змушені перемістити склади і офіси із зон бойових дій у відносно безпечні області (зокрема, до західних регіонів України). Урядова програма релокації сприяла перевезенню сотень підприємств: станом на осінь 2022 р. було переміщено понад 760 підприємств у більш безпечні регіони країни [1]. Серед них значну частку становили компанії оптової та роздрібної торгівлі, які на нових місцях продовжили діяльність. Це допомогло зберегти робочі місця і частково мінімізувати втрати галузі. Водночас така концентрація бізнесу в західних регіонах спричинила підвищений попит на складські приміщення там, виник дефіцит великих логістичних хабів (адже до війни близько 70–80% професійних складів було зосереджено в Київському регіоні) [1]. Вимушена зміна логістичних маршрутів і подорожчання перевезень теж відбилися на собівартості оптових операцій. Проте загалом релокація дозволила оптовикам зберегти запаси товарів та продовжити обслуговування клієнтів, хоч і в складніших умовах.

Війна спричинила істотні зрушення в структурі товарних потоків оптової торгівлі. Передусім зріс попит на товари першої необхідності: продукти харчування, ліки, паливо, засоби гігієни. На початку війни (березень–квітень 2022 р.) відзначався ажіотажний попит населення на продовольство та базові товари – за даними торговельної мережі «Епіцентр», продаж продовольчих товарів у березні–квітні 2022 р. був у 2,5 раза вищим, ніж за аналогічний період 2021 р. [1]. Особливо активно скуповували товари з тривалим терміном зберігання (консерви, олію, крупи, борошно та ін.). Водночас різко впав попит на непродовольчі товари не першої необхідності: в перші місяці війни продаж меблів скоротився на 57%, підлогових покриттів – на 66%, будівельних матеріалів – на 47% порівняно з довоєнними показниками [6]. Ці зміни попиту одразу відбилися на структурі оптових закупівель: оптовики переорієнтували ресурси на закупівлю продовольчої групи та

товарів військового призначення (наприклад, спорядження, тактичне обладнання), мінімізуючи імпорт і запаси товарів довготривалого використання, попит на які впав. Це можна пояснити як споживчими пріоритетами воєнного часу, так і логістичними труднощами із завезенням імпорту.

На початку війни багато оптових посередників зіштовхнулися з проблемою розриву усталених ланцюгів постачання. Руйнування транспортної інфраструктури (за перші місяці війни було пошкоджено десятки тисяч кілометрів доріг, сотні мостів, частину залізничної мережі) ускладнило перевезення товарів між регіонами [3]. Повна блокада українських морських портів у березні 2022 р. фактично зупинила морську зовнішню торгівлю, змусивши експортерів та імпортерів (у т.ч. оптові підприємства) переорієнтувати вантажопотоки на наземні шляхи через західні кордони. Це суттєво збільшило навантаження на західні прикордонні переходи і призвело до черг на кордоні для вантажів, що затримувало поставки. Логістика товарів усередині країни також була ускладнена комендантськими годинами, паливною кризою весни 2022 р. та небезпекою перевезень в зонах обстрілів. Для вирішення логістичних проблем компанії шукали альтернативні маршрути, залучали більше автотранспорту замість залізниці чи морського, створювали тимчасові складські хаби ближче до кордону тощо. Деякі великі дистриб'ютори започаткували співпрацю, щоб спільно доставляти товари і ділити витрати, тим самим оптимізуючи логістику в умовах дефіциту пального і транспорту. Урядові ініціативи, такі як «транспортний безвіз» з ЄС (скасування дозволів на вантажоперевезення) та розширення пропускної спроможності пунктів пропуску, частково полегшили торговельну логістику у воєнний час.

Значні демографічні зміни, викликані війною, позначилися і на кадровому потенціалі оптової торгівлі. За оцінками ООН, станом на травень 2022 р. з України виїхало близько 5 млн громадян, ще 7,7 млн стали внутрішньо переміщеними особами. Серед тих, хто виїхав за кордон, переважали жінки працездатного віку (через заборону виїзду чоловіків від 18 до 60 років). Це особливо позначилося на сфері торгівлі, де традиційно зайнято багато жінок. Відтак, дефіцит кадрів у торговельних підприємствах у 2022 р. набув критичного характеру [5]. До цього додалися мобілізаційні заходи – частину чоловіків-співробітників було мобілізовано до лав Збройних Сил або територіальної оборони. Це спонукало оптові підприємства оптимізувати бізнес-процеси та збільшити витрати на автоматизацію, щоб працювати меншою командою. Багато компаній запровадили багатозадачність, коли один співробітник виконував обов'язки кількох (наприклад, комірник, логіст і менеджер із закупівель в одній особі). Також відзначено тенденцію повернення частини працівників у другому півріччі 2022 р., коли ситуація на деокупованих територіях стабілізувалася і дехто з переселенців та біженців почав повертатися до роботи. Але коли у вересні 2025 року уряд дозволив чоловікам від 18 до 23 років виїжджати за кордон, проблема з браком кадрів у сфері оптової торгівлі знов стала актуальною.

Фінансовий стан оптових торговельних підприємств на початку воєнного стану був складним, але поступово покращувався завдяки адаптації економіки. У перші місяці війни багато оптовиків зіштовхнулися з дефіцитом обігових коштів: продажі впали, витрати (на логістику, охорону, релокацію) зросли, а доступ до кредитування ускладнився. Уряду довелося запровадити програми підтримки ліквідності бізнесу, зокрема державні гарантії за кредитами («5-7-9%») і відстрочки податкових платежів. На ринку комерційної оренди складських і торговельних приміщень також виникла криза неплатежів – орендарі вимагали знижок або канікул. В результаті багато орендодавців погодилися знизити орендні ставки на 30-50% на час активних бойових дій. Попри всі труднощі, вже з осені 2022 р. оптові підприємства почали нарощувати обороти. Цьому сприяла монетарна стабілізація та накопичення коштів на рахунках населення внаслідок обмеженого споживання в період невизначеності – утримання цінової та фінансової стабільності в країні дало змогу поступово відновити купівельну спроможність та поживати товарообіг. За даними YouControl, інтенсивність ліквідації підприємств у сферах роздрібно й оптової торгівлі у 2023 р. була навіть нижчою, ніж у 2021 р. Експерти пояснюють це тим, що торгівля належить до критично важливих індустрій (забезпечення населення товарами), які отримали відносні переваги на виживання в умовах війни [8]. Крім того, у 2023–2024 рр. спостерігалось певне відновлення споживчого попиту після шоку першого півріччя 2022 р., а також активізація електронної комерції та доставки.

Незважаючи на всі труднощі, оптовий сектор України виявив неабияку здатність до адаптації у воєнний час. Бізнес активно шукає нові можливості і формати роботи. По-перше, відзначається інноваційна перебудова процесів: компанії впроваджують IT-рішення для управління запасами та логістикою в режимі реального часу, розвивають онлайн-платформи оптової торгівлі, переходять на електронний документообіг тощо. По-друге, оптовики диверсифікують асортимент і постачальників – війна навчила не покладатися на обмежене коло партнерів. Якщо раніше багато імпортних товарів закуповувалися через посередників із рф чи Білорусі, то тепер ці ланцюги розірвано і бізнес налагодив прямі контакти з виробниками в ЄС, Туреччині, Азії. Це відкриває нові канали постачання, іноді навіть на вигідніших умовах. По-третє, відбувається співпраця і об'єднання зусиль в галузі: створюються галузеві асоціації, бізнес-кластери, в яких оптові та роздрібні компанії разом вирішують спільні проблеми (наприклад, гуртові ринки організовували спільні логістичні центри для довозу товарів у прифронтові зони, великий бізнес допомагав малому з транспортом). Така консолідація підвищує стійкість усієї торговельної екосистеми.

Державна підтримка також відіграє роль у збереженні оптової торгівлі. Влада реалізувала низку ініціатив: спрощення податкового навантаження (на початку війни – єдиний податок 2% для більшості підприємців), грантові програми на розвиток переробки і критичного імпорту, програми доступного кредитування, стимули для релокації та створення виробництва у безпечних регіонах. Оптові підприємства, які відповідали критеріям критично важливих для економіки (наприклад, дистрибуція продуктів, медикаментів), могли отримати бронювання працівників від мобілізації, що допомогло зберегти ключовий персонал. Уряд також працював над розширенням експортних можливостей: відкриття альтернативних логістичних маршрутів дозволило переорієнтувати експорт аграрної і металургійної продукції, а отже підтримати оптові компанії-експортери.

Отже, можна стверджувати, що підприємства оптової торгівлі в Україні витримали перший удар війни і змогли адаптуватися до надзвичайних умов. 70% українського бізнесу (в тому числі оптового) залишилося працювати в країні, демонструючи довіру підприємців до перспектив України. 90% опитаних підприємств вважають, що український бізнес навіть у воєнний час здатен бути конкурентним і успішним на європейських ринках [3]. Це свідчить про високий рівень стійкості та оптимізму в діловій спільноті. Оптова торгівля, як важлива складова цієї спільноти, продовжує виконувати свою економічну і соціальну місію – забезпечувати ринок товарами, підтримувати виробників і споживачів, наповнювати бюджет податковими надходженнями.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проведене дослідження дозволяє сформулювати ряд важливих висновків щодо функціонування підприємств оптової торгівлі України в умовах воєнного стану. По-перше, оптова торгівля залишається життєздатною галуззю навіть під час війни. По-друге, війна спричинила глибоку трансформацію оптової торгівлі, виявивши її вразливі місця і одночасно стимулювавши зміни. По-третє, оптовий сектор продемонстрував надзвичайну адаптивність та згуртованість. Загалом, оптова торгівля в умовах воєнного стану підтвердила свою критичну важливість для економіки та суспільства. Підприємства цього сектору забезпечують безперебійне постачання товарів і тим самим роблять вагомий внесок у стійкість країни під час війни.

У подальших дослідженнях з цієї проблематики буде розглянуто перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі після закінчення воєнного стану.

Література

1. Кузьо Н.С., Косар Н.С. Оптова торгівля в Україні: основні тенденції розвитку та особливості маркетингових рішень суб'єктів в умовах воєнного стану. *Економіка та право*. 2022. № 3. С. 106–114. URL: <https://doi.org/10.15407/econlaw.2022.03.106>
2. Пашкуда Т.В., Афонді А.І. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-73>
3. Лобода Ю.С., Кутліна І.Ю. Окремі аспекти оптової торгівлі в Україні в умовах воєнного часу. *Вісник Університету «Україна». Серія: Економіка, менеджмент, маркетинг*. 2023. № 9(36). URL: <https://doi.org/10.36994/2707-4110-2023-9-36-03>
4. Гирич С.В. Проблеми підприємств торгівлі в умовах воєнного стану та шляхи їх вирішення. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-79>
5. Продіус О.І., Афанасенко М.А., Пухленко В.В. Стратегічні напрями підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 63. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-119>
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Тренди української фонономії під час великої війни (аналітичний огляд). *Опендатабот*. URL: <https://opendatobot.ua/analytics/foonomics-2024>
8. Аграрії та юристи найчастіше закривали бізнес за час повномасштабної війни. Аналіз від YouControl.Market (аналітична стаття). *YouControl.Market*. URL: <https://blog.youcontrol.market/aghrariyi-ta-iuristi-naichastishie-zakrivali-biznies-za-chas-povnomasshtabnoyi-viini-analiz-vid-youcontrol-market/>

References

1. Kuzio, N. Ye., & Kosar, N. S. (2022). Optova torhivlia v Ukraini: osnovni tendentsii rozvytku ta osoblyvosti marketynhovykh rishen sub'iektiv v umovakh voiennoho stanu [Wholesale trade in Ukraine: main development trends and features of marketing decisions of entities under martial law]. *Ekonomika ta pravo* [Economics and Law], (3), 106–114, available at URL: <https://doi.org/10.15407/econlaw.2022.03.106>
2. Pashkuda, T. V., & Afendi, A. I. (2022). Napriamy rozvytku torhivli v Ukraini v umovakh voiennoho stanu [Directions of trade development in Ukraine under martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], (43), available at URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-73>
3. Loboda, Yu. S., & Kutlina, I. Y. (2023). Okremi aspekty optovoi torhivli v Ukraini v umovakh voiennoho chasu [Certain aspects of wholesale trade in Ukraine under wartime conditions]. *Visnyk Universytetu "Ukraina". Seriya: Ekonomika, menedzhment, marketing* [Herald of the University "Ukraine". Series: Economics, Management and Marketing], 9(36), available at URL: <https://doi.org/10.36994/2707-4110-2023-9-36-03>

4. Hyrych, S. V. (2024). Problemy pidpriemstv torhivli v umovakh voiennoho stanu ta shliakhy yikh vyrishennia [Problems of trade enterprises under martial law and ways to solve them]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], (59), available at URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-79>
5. Prodius, O. I., Afanasenko, M. A., & Pukhlenko, V. V. (2024). Stratehichni napriamy pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti torhivelnogo pidpriemstva v umovakh voiennoho stanu [Strategic directions for improving the efficiency of trade enterprises under martial law conditions]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], 63. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-119>
6. State Statistics Service of Ukraine. (n.d.). Official website. Retrieved October 12, 2025, from <https://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Opendatabot. (2025, February 17). Trendy ukrains'koi foonomiky pid chas velykoi viiny [Trends of Ukrainian sole proprietors' economy during the great war], available at URL: <https://opendatabot.ua/analytics/foonomics-2024>
8. YouControl.Market. (2024, May 29). Ahrarii ta yurysty naichastishe zakryvaly biznes za chas povnomasshtabnoi viiny. Analiz vid YouControl.Market [Agrarians and lawyers most often closed their business during the full-scale war: Analysis by YouControl.Market], available at URL: <https://blog.youcontrol.market/aghrariyi-ta-iuristi-naichastishe-zakryvali-biznies-za-chas-povnomasshtabnoyi-viini-analiz-vid-youcontrol-market/>