

Ольга Артурівна ВОЙТЕНКО

аспірант, інженер I категорії відділу регіональної економічної політики ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»
ORCID ID: 0000-0002-0888-3974

Назарій Миколайович ПОПАДИНЕЦЬ

доктор економічних наук, старший дослідник,
доцент кафедри економіки і маркетингу, Навчально-науковий інститут підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка», старший науковий співробітник відділу регіональної економічної політики ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України»
ORCID ID: 0000-0002-7556-6135

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ: СТАН ТА ОЦІНЮВАННЯ ЧИННИКІВ

Войтенко О. А., Попадинець Н. М. Розвиток регіональних ринків споживчих товарів: стан та оцінювання чинників. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 2. С. 169–175.

Анотація

Вступ. Пандемія COVID-19 призвела до значних змін на регіональних ринках споживчих товарів як у світовому масштабі, так і в середині України. 2021 р. спостерігалась поступова адаптація до нових умов і відновлення економічної активності. Ситуацію змінила розпочата Російською Федерацією агресивна війна проти України наприкінці лютого 2022 р., оскільки кризові прояви значно посилвились. У цьому контексті важливо, що досвід подолання економічних наслідків запровадження карантинних заходів у 2020-21 рр. може стати для України частиною нової державної політики щодо регулювання споживчих ринків в умовах воєнного стану.

Мета статті – визначити основні тенденції функціонування регіональних ринків споживчих товарів в Україні.

Результати. Аналіз стану регіональних споживчих ринків за чинниками розвитку (платоспроможний попит, ціни та можливості виробництва товарів і послуг) показав, що ринки на момент початку війни 24 лютого 2022 р. тільки починали відновлення від стресу, спричиненого карантинними заходами проти пандемії COVID-19. Також обґрунтовано, що війна призвела до руйнування логістичних мереж, що позначилось на доступності товарів на різних регіональних споживчих ринках, ціні споживчих товарів і послуг і поглибленню нерівномірності розподілу попиту та пропозиції. Відзначено поступову адаптацію виробників та дистриб'юторів до нової безпекової та економічної ситуації і наголошено на наявній загрозі зниження якості споживчих товарів і послуг і порушення прав споживачів у подальшому, якщо військові дії не будуть зупинені найближчим часом.

Висновки. Прогнозування ситуації щодо регіональних споживчих ринків у довгостроковій перспективі не можливе, однак вживання державою заходів щодо пом'якшення ситуації, наприклад через запровадження регулювання цін на життєво необхідні товари та допомога підприємствам, що їх виробляють, як це робилось у період дії карантинних заходів, направлених на подолання пандемії COVID-19, особливо в регіонах або районах з найскладнішою безпековою ситуацією, може покращити ситуацію на регіональних споживчих ринках.

Ключові слова: регіональні споживчі ринки, продовольча безпека, вплив війни на економіку.

Olha VOYTENKO

Postgraduate, Engineer of the I Category of the Department of Regional Economic Policy of the Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine

Nazariy POPADYNETS

Doctor of Economics Sciences, Senior Researcher,
Associate Professor of the Economy and Marketing Department,
Scientific-Educational Institute of Entrepreneurship and Perspective Technologies of Lviv Polytechnic National University, Senior Researcher of the Department of regional economic policy of the Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine

DEVELOPMENT OF REGIONAL MARKETS OF CONSUMER GOODS: STATE AND ASSESSMENT OF FACTORS

Voytenko O., Popadynets N. Development of regional markets of consumer goods: state and assessment of factors. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2022. Volume 7. № 2, pp. 169–175.

Abstract

Introduction. *The COVID-19 pandemic has led to significant changes in regional consumer markets, both globally and in Ukraine. In 2021, there was a gradual adaptation to new conditions and the resumption of economic activity. The situation was changed by the aggressive war against Ukraine launched by the Russian Federation at the end of February 2022, as the crisis intensified significantly. In this context, it is important that the experience of overcoming the economic consequences of the introduction of quarantine measures in 2020-21 may become part of a new state policy for Ukraine to regulate consumer markets in a state of war.*

The purpose of the article is to identify the main trends in the functioning of regional markets for consumer goods in Ukraine.

Results. *Analysis of the state of regional consumer markets by development factors (effective demand, prices and opportunities for production of goods and services) showed that the markets at the beginning of the war on February 24, 2022 were just beginning to recover from stress caused by quarantine measures against the COVID-19 pandemic. It is also substantiated that the war led to the destruction of logistics networks, which affected the availability of goods in various regional consumer markets, the price of consumer goods and services and the deepening of uneven distribution of supply and demand. The gradual adaptation of producers and distributors to the new security and economic situation was noted, and the existing threat of the decline in the quality of consumer goods and services and the violation of consumer rights in the future if hostilities are not stopped in the near future was emphasized.*

Conclusions. *It is not possible to forecast the situation with regard to regional consumer markets in the long run, but the state will take measures to mitigate the situation, for example by introducing regulation of prices for vital goods and assistance to enterprises producing them, as was done during quarantine measures to overcome the COVID-19 pandemic, especially in regions or areas with the most difficult security situations, may improve the situation in regional consumer markets.*

Keywords: *regional consumer markets, food security, the impact of war on the economy.*

JEL classification: L10; L11; L51; L81

Вступ

Ринок споживчих товарів будь-якої країни є узагальнюючим індикатором розвитку її економіки, оскільки від його розмірів та ефективності (активності ділового середовища, відкритості та інтенсивності конкуренції, орієнтованості на споживача тощо) залежить продуктивність інших секторів економіки та забезпечення рівноваги між попитом і пропозицією. Пандемія COVID-19 призвела до значних змін на регіональних ринках споживчих товарів як у світовому масштабі, так і в середині України. 2021 р. спостерігалась поступова адаптація до нових умов та відновлення економічної активності. За свідченнями британської невідомчої експертної організації Управління бюджетною відповідальністю, друга половина 2021 р. характеризувалася появою дисбалансів між попитом і пропозицією на багатьох ринках, зокрема продуктових. Ця невідповідність спричинила зростання цін на товари, виробничі

ресурси та послуги, необхідні для виробництва та доставки товарів до споживачів [1]. Ситуацію змінила розпочата Російською Федерацією агресивна війна проти України наприкінці лютого 2022 р., оскільки кризові прояви значно посилились. Дослідники ОЕСР відзначають, що війна може підвищити світові ціни приблизно на 2,5% як внаслідок запроваджених санкцій і власне бойових дій, так і через накладання нових реалій на і без того зростаючу інфляцію.

У цьому контексті важливо зауважити, що досвід подолання економічних наслідків запровадження карантинних заходів у 2020-2021 рр. може стати для України частиною нової державної політики щодо регулювання споживчих ринків в умовах воєнного стану, оскільки бойові дії та вимушене переміщення значної чисельності населення (за даними ООН, залишили місце постійного проживання 14 млн осіб, з яких щонайменше 6 млн виїхали закордон) вимагає першочергового подолання вузьких місць економіки для забезпечення нормальних умов життя для населення. Зауважимо, що вагомим науковим дослідженням із запропонованої тематики наразі не проводилось, оскільки здійснення комплексної оцінки унеможливлено відсутністю повної статистичної інформації та подальшою зміною ситуації унаслідок розгортання активних бойових дій.

Мета та завдання статті

Мета статті – визначити основні тенденції функціонування регіональних ринків споживчих товарів в Україні.

Виклад основного матеріалу

Регіональний споживчий ринок – це підсистема товарно-грошових та організаційно-економічних відносин, що формуються у процесі купівлі-продажу товарів і послуг, для розвитку яких у межах відповідної території склалися сприятливі соціально-економічні умови для здійснення господарської діяльності задля задоволення потреб населення. Найбільше на розвиток цього ринку впливають такі чинники, як грошові доходи населення (платоспроможний попит), ціни на товари і послуги, виробництво товарів і надання послуг [2, 3]. Розглянемо наявні дані щодо цих чинників, щоб визначити становище на регіональних споживчих ринках України в умовах зняття обмежень для боротьби з COVID-19 та воєнного стану.

В останньому червневому звіті Національного банку України вказується, що внаслідок повномасштабної війни добробут домогосподарств упав на третину. Населення втратило доходи, а частина – ще й майно [4]. Різні опитування та експертні оцінки показують, що в понад 30-40% населення доходи впали або повністю, або скоротились на 70-80% [5]. Зниження платоспроможного попиту відзначають виробники споживчих товарів, зокрема продовольства. Так, через війну в травні, наприклад, випуск молока та молокопродуктів став менше на 17-23%, порівняно з аналогічним періодом минулого року і, як засвідчують виробники, одна з головних причин спаду виробництва – саме падіння доходів населення [6]. Враховуючи те, що у 2021 р. 92% грошових доходів населення спрямовувалось на потреби споживання, у структурі якого 70% становили товари та послуги першої необхідності (продовольчі товари, оплата комунальних послуг, медицина), то падіння доходів через війну значно позначається на регіональних споживчих ринках.

Важливо зауважити, що держава надає фінансову допомогу внутрішньо переміщеним особам, які зареєструвались і отримали відповідний статус до 30 квітня 2022 р., у розмірі 3000 грн для осіб з інвалідністю та дітей і 2000 грн для інших осіб. Також починаючи з травня 2022 р. допомога надається внутрішньо переміщеним особам, які перемістилися з тимчасово окупованої території АР Крим, території територіальних громад, що розташовані в районі проведення воєнних дій або які перебувають в тимчасовій окупації, оточенні, а також внутрішньо переміщеним особам, у яких житло зруйноване або непридатне для проживання внаслідок пошкодження і які

подали до 20 травня 2022 р. заявку на відшкодування відповідних втрат [7]. Також ФОП 1-4 групи, які подали звітність за IV квартал 2021 р. або загалом за 2021 р., та усі наймані працівники, за яких роботодавці сплачують ЄСВ, окрім працівників бюджетних установ, фондів загальнообов'язкового державного страхування та державної служби, які подали відповідні заявки до кінця березня, могли отримати одноразову виплату 6500 грн від держави. Такі заходи покликані пом'якшити наслідки війни на платоспроможність населення, однак, з іншого боку, значно вичерпують Державний бюджет України, який втратив багато джерел доходів.

Щодо цін, то за даними Державної служби статистики України, у травні 2022 р. споживча інфляція в річному вимірі пришвидшилась до 18%. Споживчі ціни на товари та послуги у січні-травні 2022 р., порівняно з січнем-травнем 2021 р. зросли на 13,8% [8].

Подорожчання оброблених продовольчих товарів пришвидшилося до 20,1% р/р. Вищими темпами зростали ціни на молочні та рибні продукти, а також на безалкогольні напої. Водночас і далі уповільнювалося подорожчання олії, зокрема через обмежені можливості експорту агропродовольчої продукції з України. На споживчому ринку у травні ціни на продукти харчування та безалкогольні напої зросли на 2,7% (рис. 1). Найбільше (на 14,3% та 11,5%) подорожчали рис і фрукти. На 5,9-3,2% зросли ціни на рибу та продукти з риби, продукти переробки зернових, овочі, безалкогольні напої, макаронні вироби. Водночас на 21,2% подешевшали яйця, на 2,5-0,9% – яловичина, цукор, м'ясо свійської птиці. Ціни на м'ясні продукти зростають повільніше внаслідок скорочення ринків збуту та здешевлення сировини.

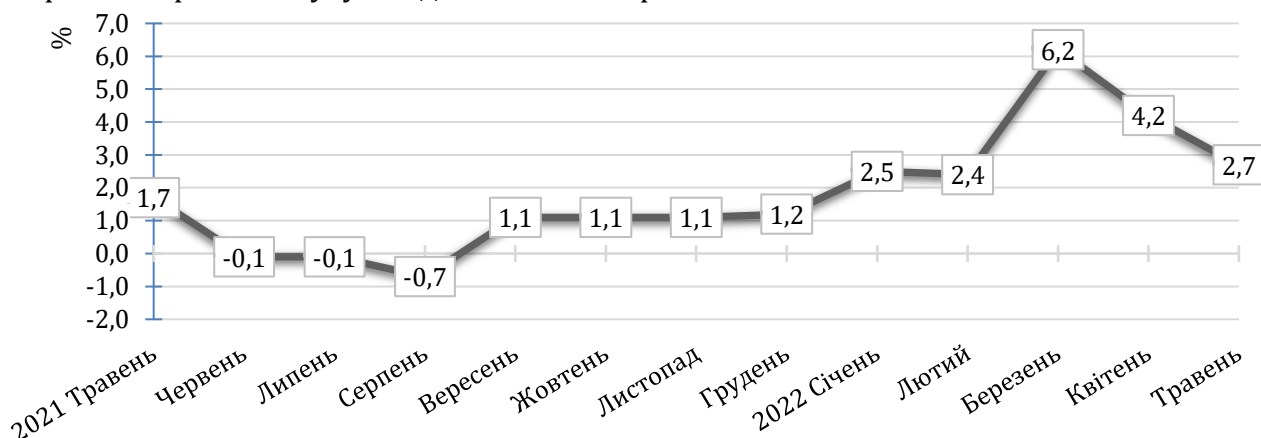


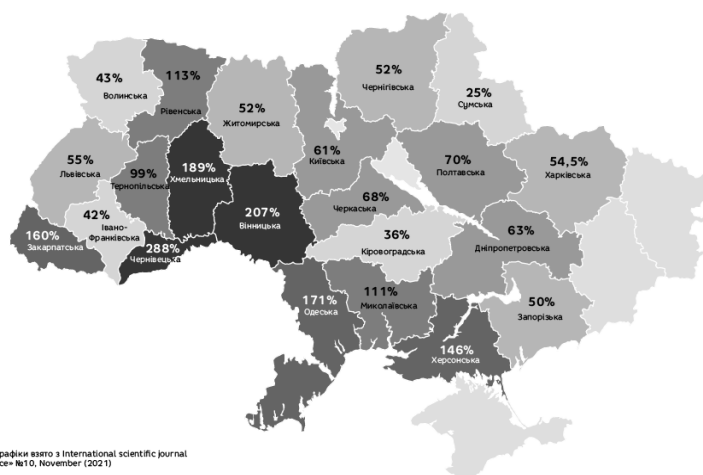
Рис. 1. Зміни цін на продукти харчування та безалкогольні напої у % до попереднього місяця з травня 2021 р. по травень 2022 р.

Джерело: [8].

Темпи зростання цін на непродовольчі товари підвищилися до 7,3% р/р. Насамперед дорожчали товари для дому, а саме: посуд, меблі, побутова техніка, а також електроніка, автомобілі та товари особистого догляду. Це пояснюється обмеженою пропозицією цих товарів з огляду на складнощі з їх постачанням та фізичне знищення складів, а також зі збільшенням попиту на них на тлі повернення громадян до своїх місць проживання та необхідності відновлення домівок [8]. У зв'язку з тим, що різні світові організації, зокрема Європейський банк реконструкції та розвитку та Світовий банк, прогнозують падіння української економіки на 30% [9] і 45% [10] відповідно, немає підстав очікувати, що інфляція і зростання цін на споживчі товари зупиняться, особливо за умов продовження активних бойових дій та відсутності доступу до важливих аграрних та індустріальних районів країни, а також унеможливлення користування морськими портами Україною для експорту та імпорту товарів.

Виробництво товарів і послуг та можливості їх доставки до споживача значно зменшились в умовах пандемії COVID-19, а війна тільки погіршила становище як у виробництві, так і в логістиці.

Складною є ситуація насамперед з продуктами харчування. Попередні дослідження показують, наприклад, що обсяги виробництва рослинних продуктів (овочів, фруктів тощо) відповідно до потреб населення регіону у споживанні значно різняться (рис. 2), а у зв'язку з війною та порушенням ланцюгів постачання внаслідок руйнування транспортних шляхів та безпекової ситуації загалом на деяких регіональних споживчих ринках виникає нестача таких товарів, тоді як виробники, зокрема на невідконтрольних Україні територіях, вимушені викидати значні обсяги вирощеної продукції.



Дані для інфографіки взяті з International scientific journal «Graf of Science» №10, November (2021)

Рис. 2. Обсяги виробництва рослинних продуктів відповідно до потреб у споживанні

Джерело: [11].

Водночас держава запустила платформу для релокації бізнесу в безпечні регіони: українські підприємства, які розташовані у зоні активних бойових дій, можуть отримати державну допомогу для переміщення своїх потужностей до західних областей України. Цей крок покликаний допомогти підприємцям відновити роботу і, відповідно, знову насичувати споживчі ринки товарами, на які є попит населення. Європейська бізнес асоціація в Україні вказує, що згідно з

результатами останнього проведеного ними опитування, у повному обсязі працюють вже 47% компаній (тоді як у квітні таких було 28%). Ще 50% підприємств працюють з певними обмеженнями або частково: з них 37% обмежили географію присутності, 17% працюють онлайн, а 16% були вимушені закрити частину офісів, торгових точок чи відділень [12]. Ділова активність в різних регіонах України значно змінилась унаслідок війни. Так, портал ДІЯ.Бізнес повідомляє, що під впливом повномасштабного вторгнення 80% регіонів змінили свої позиції в умовному рейтингу ділової активності. Найбільш негативно шок повномасштабної війни вплинув на ділову активність таких областей: Сумська опустила з 14 місця на 20, Миколаївська – з 12 на 21, Херсонська – з 11 на 24. Водночас суттєве покращення позицій демонструють правобережні області: Тернопільська піднялась з 20 на 8 місце, Черкаська – з 18 на 9, Івано-Франківська – з 16 на 7, Рівненська – з 22 на 13. Зазначається також, що пандемія COVID-19 теж суттєво впливала на рейтинг регіонів щодо ділової активності – 70% регіонів змінили свої позиції. Помітні зміни в рейтингу ділової активності (більше ніж на 2 позиції) у 2021 р., порівнюючи з 2020 р., продемонстрували такі області:

- позитивні – Одеська (з 5 на 3), Хмельницька (з 12 на 8), Чернівецька (з 14 на 10), Херсонська (з 13 на 11), Вінницька (з 18 на 13), Сумська (з 21 на 14), Кіровоградська (з 17 на 15), Івано-Франківська (з 22 на 16), Тернопільська (з 23 на 20);
- негативні – Полтавська (з 3 на 6), Запорізька (з 7 на 9), Миколаївська (з 10 на 12), Волинська (з 11 на 17), Черкаська (з 15 на 18), Чернігівська (з 16 на 19), Житомирська (з 19 на 21), Рівненська (з 9 на 22), Донецька (з 20 на 23).

Дослідники зазначають, що можливими причинами змін під час пандемії було те, що в одних регіонах більш важливе значення мали масштаби пандемії, а в інших – ефективність реагування влади та населення на пандемію, ефективність управління місцевим стратегічним та економічним розвитком, розвиненість інфраструктури та компетентність кадрів з підтримки бізнесу, дієвість програм/інструментів з підтримки бізнесу, якість партнерства між регіональною владою та територіальними громадами тощо [13].

У контексті спроможності виробляти та доставляти товари і послуги до споживача важливу роль відіграє пошкодження транспортної інфраструктури, які були спричинені бойовими діями. Зокрема, у середині травня міністр інфраструктури України на Міжнародній Конференції «Європа Карпат» повідомляв про втрату 6,3 тис. км головних колій, пошкодження 23 573 км автодоріг, пошкодження 289 автомобільних та 41 залізничного мостів [14]. Ці руйнування значно ускладнюють логістику, що впливає не лише на ціну споживчих товарів, але також і на саму можливість їх транспортування між регіонами, унаслідок чого знижується доступність і якість представленої до споживання продукції.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Підсумовуючи наведені факти щодо чинників, які характеризують стан споживчих ринків регіонів України, можна стверджувати, що, по-перше, ринки на момент початку війни 24 лютого 2022 р. тільки починали відновлення від стресу, спричиненого карантинними заходами проти пандемії COVID-19, а тому перебували у доволі скрутному положенні; по-друге, війна призвела до руйнування логістичних мереж, що позначилось на доступності товарів на різних регіональних споживчих ринках, ціні споживчих товарів і послуг та поглибленні нерівномірності розподілу попиту та пропозиції; по-третє, відзначається поступова адаптація виробників і дистриб'юторів до нової безпекової та економічної ситуації (розширення співпраці з імпортерами, налагодження нових маршрутів постачання, пошук локальних виробників продукції тощо); по-четверте, існує загроза зниження якості споживчих товарів і послуг та порушення, як наслідок, прав споживачів у подальшому, якщо військові дії не будуть зупинені найближчим часом, оскільки значна частина території України перебуває під окупацією (приблизно 20%), населення втрачає платоспроможність в окремих регіонах, а швидкого відновлення можливостей працевлаштування поки не очікується. Виходячи з цього, зазначимо, що адекватне прогнозування ситуації щодо регіональних споживчих ринків у довгостроковій перспективі не можливе, однак вживання державою заходів щодо пом'якшення ситуації, наприклад через запровадження регулювання цін на життєво необхідні товари та допомога підприємствам, що їх виробляють, як це робилось у період дії карантинних заходів, направлених на подолання пандемії COVID-19, особливо в регіонах або районах з найскладнішою безпековою ситуацією, може покращити ситуацію на регіональних споживчих ринках.

Список літератури

1. The impact of bottlenecks in global product markets. *The Office for Budget Responsibility: website*. URL: <https://obr.uk/box/the-impact-of-bottlenecks-in-global-product-markets/>.
2. Безпарточний М.Г. Розвиток регіонального споживчого ринку в системі ефективного функціонування торговельних підприємств. *Регіональна економіка*. 2015. № 4. С. 43-50.
3. Попадинець Н.М. Регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів України: теорія та методологія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». 2020. 335 с.
4. Звіт про фінансову стабільність: червень 2022. *Національний банк України: вебсайт*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/stability/report>.
5. Войтюк Т. Як почувається бізнес під час війни – розповідає економічний експерт. 20.06.2022. *Суспільне новини: вебсайт*. URL: <https://suspilne.media/252189-ak-pocuvaetsa-biznes-pid-cas-vijni-rozprovidae-ekonomichnij-ekspert/>.
6. Ринок свіжих молокопродуктів умовно стабільний. 01.06.2022. *ІНФАГРО: вебсайт*. URL: <https://infagro.com.ua/ua/2022/06/01/rinok-svizhih-molokoproductiv-umovno-stabilniy/>.
7. Деякі питання виплати допомоги на проживання внутрішньо переміщеним особам: Постанова Кабінету Міністрів № 332 від 20 березня 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/332-2022-%D0%BF>.
8. Експрес-випуск: індекси цін. 09.06.2022. *Державна служба статистики України: вебсайт*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

9. Warren M. War in Ukraine and inflation slow growth in EBRD regions. *European Bank for Reconstruction and Development: website*. 10.05.2022. URL: <https://www.ebrd.com/news/2022/war-in-ukraine-and-inflation-slow-growth-in-ebrd-regions.html>.
10. Russian Invasion to Shrink Ukraine Economy by 45 Percent this Year : press release. 10.04.2022. *The World Bank: website*. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/04/10/russian-invasion-to-shrink-ukraine-economy-by-45-percent-this-year>.
11. Губарева В. Продовольча безпека: як захистити себе та свою сім'ю від голоду восени. 24.06.2022. *Рубрика: вебсайт*. URL: <https://rubryka.com/article/food-safety/>.
12. Дерев'янка А. Головна задача – вистояти. Що турбує бізнес в Україні під час війни. 23.06.2022. *Європейська бізнес асоціація*. URL: <https://eba.com.ua/golovna-zadacha-vystoyaty-shho-turbuye-biznes-v-ukrayini-pid-chas-vijny/>.
13. Війна та регіони України: як змінюється привабливість для підприємців. 20.06.2022. *ДІЯБізнес: вебсайт*. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/vijna-ta-regioni-ukraini-ak-zminuetsa-privablivist-dla-pidpriemciv>.
14. В Україні пошкоджено 23,5 тис. км доріг та 289 автомобільних мостів. 16.05.2022. *Черкаська обласна державна адміністрація: вебсайт*. URL: <https://ck-oda.gov.ua/novyny-cherkaskoyi-oblasti/v-ukrayini-poshkozhenno-235-tis-km-dorig-ta-289-avtomobilnix-mostiv/>.

References

1. The impact of bottlenecks in global product markets. (2022). *The Office for Budget Responsibility: website*. Available at: <https://obr.uk/box/the-impact-of-bottlenecks-in-global-product-markets/>.
2. Bezpartochny, M. (2015). «Development of the regional consumer market in the system of effective functioning of trade enterprises». *Rehional'na ekonomika*. no. 4. pp. 43-50.
3. Popadynets, N.M. (2020). *Rehulivannia rozvytku vnutrishn'oho rynku spozhyvchych tovariv Ukrainy: teoriia ta metodolohiia*. [Regulation of the development of the internal market of consumer goods of Ukraine: theory and methodology]. State University «Institute of Regional Studies named after M.I. Dolishnyi National Academy of Sciences of Ukraine». Lviv. Ukraine.
4. Financial Stability Report: June 2022. (2022). *National Bank of Ukraine: website*. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/stability/report>.
5. Voytiuk, T. (2022). How business feels during the war – says an economic expert]. Public news: website. Available at: <https://suspilne.media/252189-ak-pocuvaetsa-biznes-pid-cas-vijni-rozpovidae-ekonomichnij-ekspert/>.
6. The market of fresh dairy products is relatively stable. (2022). *INFAGRO: website*. Available at: <https://infagro.com.ua/en/2022/06/01/rinok-svizhiv-molokoproduktiv-umovno-stabilnij/>.
7. Deyaki pytannya vyplaty dopomohy na prozhyvannya vnutrishn'oho peremishchenym osobam: Postanova Kabinetu Ministriv. (2022). [Some issues of payment of living allowance to internally displaced persons. Resolution of the Cabinet of Ministers]. № 332 dated March 20, 2022. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/332-2022-%D0%BF>.
8. Express issue: price indices. (2022). *State Statistics Service of Ukraine: website*. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. Warren, M. (2022). War in Ukraine and inflation slow growth in EBRD regions. *European Bank for Reconstruction and Development: website*. Available at: <https://www.ebrd.com/news/2022/war-in-ukraine-and-inflation-slow-growth-in-ebrd-regions.html>.
10. Russian Invasion to Shrink Ukraine Economy by 45 Percent this Year: press release. (2022). *The World Bank: website*. Available at: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/04/10/russian-invasion-to-shrink-ukraine-economy-by-45-percent-this-year>.
11. Hubareva, V. (2022). Food security: how to protect yourself and your family from starvation in the fall. *Rubryka: website*. Available at: <https://rubryka.com/article/food-safety/>.
12. Derevyanko, A. (2022). The main task is to survive. What worries business in Ukraine during the war. *European Business Association: website*. Available at: <https://eba.com.ua/golovna-zadacha-vystoyaty-shho-turbuye-biznes-v-ukrayini-pid-chas-vijny/>.
13. War and regions of Ukraine: how attractiveness for entrepreneurs is changing. (2022). *DIABusiness: website*. Available at: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/vijna-ta-regioni-ukraini-ak-zminuetsa-privablivist-dla-pidpriemciv>.
14. In Ukraine 23.5 thousand km of roads and 289 road bridges were damaged. (2022). *Cherkasy regional state administration: website*. Available at: <https://ck-oda.gov.ua/novyny-cherkaskoyi-oblasti/v-ukrayini-poshkozhenno-235-tis-km-dorig-ta-289-avtomobilnix-mostiv/>.

Стаття надійшла до редакції 15.03.2022 р.