

DOI: 10.15276/EJ.02.2025.1
DOI: 10.5281/zenodo.15757908
UDC: 338.1:339.1
JEL: D41, E27, L81

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА У СФЕРІ РИТЕЙЛЮ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ І ТОВАРІВ ДЛЯ ПОБУТУ

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE BUSINESS ENVIRONMENT IN THE RETAIL SECTOR OF BUILDING MATERIALS AND HOUSEHOLD GOODS

Oleksandr Ye. Bavyko, Doctor of Economic Sciences, Professor
Odessa Polytechnic National University, Odessa, Ukraine
ORCID: 0000-0002-0087-2656
Email: o.ie.bavyko@op.edu.ua

Karyna I. Galuza
Odessa Polytechnic National University, Odessa, Ukraine
ORCID: 0009-0005-6767-5429
Email: 10253159@stud.op.edu.ua

Received 26.03.2025

Бавико О.Є., Галуза К.І. Тенденції розвитку бізнес-середовища у сфері ритейлу будівельних матеріалів і товарів для побуту. Науково-методична стаття.

На основі аналізу макроекономічної динаміки та тенденцій розвитку споживчого ринку визначено стан і тенденції розвитку процесів і факторів бізнес-середовища, які спричиняють найбільший вплив на діяльність ритейлерів будівельних матеріалів і товарів для побуту. Встановлено, що ключовими факторами є рівень ділової активності, інфляція, дефіцит робочої сили, зростання імпортозалежності та логістичні обмеження. Зростання обсягів доходів торговельних підприємств супроводжується зменшенням їх прибутковості на фоні постійного збільшення видатків. Не дивлячись на складні умови, галузь демонструє поступове відновлення завдяки адаптації бізнесу, державним програмам підтримки та міжнародній допомозі, зберігаючи залежність від макроекономічної стабільності та безпекової ситуації.

Ключові слова: бізнес-середовище, тенденції розвитку, макроекономіка, галузь, сегмент ринку, ритейл, будівельні матеріали, товари для побуту

Bavyko O.Ye., Galuza K.I. Trends in the Development of the Business Environment in the Retail Sector of Building Materials and Household Goods. Scientific and methodical article.

Based on the analysis of macroeconomic dynamics and trends in the development of the consumer market, the state and trends in the development of processes and factors of the business environment that have the greatest impact on the activities of retailers of building materials and household goods have been determined. It has been established that the key factors are the level of business activity, inflation, labor shortage, increased import dependence and logistical restrictions. The growth of income of trading enterprises is accompanied by a decrease in their profitability against the background of a constant increase in expenses. Despite the difficult conditions, the industry is demonstrating a gradual recovery due to business adaptation, state support programs and international assistance, while maintaining dependence on macroeconomic stability and the security situation.

Keywords: business environment, development trends, macroeconomics, industry, market segment, retail, building materials, household goods

Торівля традиційно відіграє одну з ключових ролей у національній економіці, забезпечуючи найбільшу частку ВВП та відображаючи загальний стан економічного розвитку і добробуту суспільства. Як один із найбільш вагомих секторів, вона формує споживчі тенденції, умови і напрями інвестиційної активності підприємницьких структур у сфері інноваційного розвитку, сприяє вирішенню проблеми зайнятості населення.

Ритейл будівельних матеріалів і товарів для побуту займає особливе місце у структурі торівлі та економіки в цілому. Цей сегмент відіграє важливу роль у розвитку будівельної галузі, модернізації житлового фонду та покращенні якості життя населення. Одночасно, він відзначається високою динамічністю та залежністю від технологічних інновацій, змін споживчих уподобань і макроекономічних факторів.

Економічна та соціальна ефективність функціонування торговельних підприємств багато в чому визначається факторами бізнес-середовища, в межах якого вони провадять свою діяльність, приймають стратегічні рішення та адаптуються до змін ринкової кон'юнктури. Динаміка макроекономічного розвитку, рівень конкуренції, державне регулювання, інноваційні процеси та соціальні тенденції формують умови, що безпосередньо впливають на рентабельність, інвестиційну привабливість та стійкість торговельних підприємств у довгостроковій перспективі. Успішне врахування цих факторів дозволяє підприємствам не лише зберігати свої позиції на ринку, а й забезпечувати сталий розвиток, підвищуючи якість обслуговування споживачів та рівень зайнятості населення.

Визначення основних тенденцій розвитку бізнес-середовища та оцінки їхнього впливу на діяльність ритейлерів будівельних матеріалів і товарів для побуту є складовим елементом ефективної системи

управління комерційною діяльністю торговельних підприємств. В умовах підвищеної турбулентності бізнес-середовища, спостерігаються швидкі зміни, що призводять до формування додаткових загроз та можливостей, які потребують постійного моніторингу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

В сучасній науковій літературі сформоване загальноприйняте уявлення про зміст та структуру бізнес-середовища. Бізнес-середовище традиційно розглядається як сукупність факторів, що визначають умови ведення бізнесу на різних рівнях організації економічної взаємодії [1-3]. Сучасні дослідники дотримуються такої позиції, що фактори бізнес-середовища відіграють значний вплив на результати функціонування підприємницьких структур [3]. Щодо загальної структури бізнес-середовища, виокремлюються два методологічні підходи. В межах першого, структура бізнес-середовища представлена зовнішніми (непідконтрольними) та внутрішніми (підконтрольними) факторами [1-3]. На нашу думку, принципова різниця природи та механізму впливу зовнішніх і внутрішніх факторів робить більш раціональним методологічний підхід, в межах якого, в якості факторів бізнес-середовища розглядаються диференційовані за сферами впливу – зовнішні фактори [4]. Такий підхід підтверджується й визначенням Світового банку, в якому бізнес-середовище складається з набору інституціональних, нормативно-правових та регуляторних умов, за яких працює бізнес [5].

Перелік зовнішніх факторів які впливають на умови ведення бізнесу та його ефективність традиційно формується за сферами походження. Але, в залежності від досліджуваного рівня організації економічних відносин (макро, мезо, мікро), або предметного кола дослідницьких завдань, у наукових публікаціях представлені різні переліки таких факторів:

- соціально-економічні, політичні, інституціональні, нормативно-правові, технологічні, екологічні [1],
- споживачі продукції, постачальники, конкуренти, державне регулювання, соціальні, політичні, технологічні, правові та екологічні умови [4],
- умови для відкриття нового бізнесу, отримання дозволів на будівництво, підключення до електропостачання, реєстрація власності, отримання кредитів, захист інвесторів, сплата податків, ведення торговельних операцій, забезпечення виконання контрактів, процедура банкрутства та закриття підприємства [6].

Кожен із зазначених підходів відображає цілі конкретних досліджень, а врахування набутого науковцями досвіду забезпечує постійне розширення інформаційної бази для подальших досліджень стану, специфіки, тенденцій розвитку бізнес-середовища в цілому та його окремих сегментів.

Сучасні дослідження стану і тенденцій розвитку бізнес-середовища сфери ритейлу будівельних матеріалів, товарів для побуту, представлені у більшій мірі аналітичними оглядами, які містять аналіз статистичної інформації про обсяги реалізації відповідних груп товарів, індекси споживчих цін, а також короткострокові прогнози подальшого розвитку ринкової ситуації [7-9].

В межах представленого дослідження поєднується аналіз та оцінка стану і тенденцій розвитку факторів, які визначають вплив бізнес-середовища на рівні макроекономічних відносин та в межах окремих сегментів споживчого ринку, в яких діє компанія Епіцентр К, що є однією з найбільших в Україні.

Мета статті. Представлена стаття спрямована на визначення та оцінку стану і тенденцій розвитку факторів бізнес-середовища, а також визначення їх впливу на діяльність ритейлерів будівельних матеріалів і товарів для побуту.

Виклад основного матеріалу дослідження

Одним з основних факторів, який визначає характер бізнес-середовища функціонування підприємницьких структур є стан національної економіки. Відповідні характеристики відображають результати впливу всіх інших факторів: політична та безпекова ситуація, якість нормативного регулювання, спрямованість економічної політики держави, соціально-демографічні тенденції, стан конкуренції в галузі.

В умовах високого рівня нестабільності підприємницькі структури змушені адаптувати свої стратегії до кризових змін в національній економіці, що пов'язані з військовими діями, руйнуванням традиційних логістичних шляхів та енергетичної інфраструктури, які призвели до згортання ділової активності на фоні зменшення попиту та зниження доходів населення, формування фінансового дефіциту, масової міграції та загального стану непередбачуваності.

Аналіз статистичної інформації, що наводиться Державною службою статистики України [10], Міністерством фінансів [11], дослідниками тенденцій розвитку економіки [12] дає підстави стверджувати, що національна економіка України в цілому адаптувалась до військових умов кризової трансформації. Після різкого падіння ВВП на 28,8% у 2022 році, національна економіка у 2023 році почала поступово відновлюватись. У 2023 році зростання ВВП становило 5,3%, що пояснюється певною стабілізацією внутрішнього ринку, відновленням сільськогосподарського та промислового виробництва, державними програмами підтримки. Проте у 2024 році темпи відновлення сповільнилися, і за підсумками року ВВП зріс лише на 3,6%. Основними стримуючими факторами стали нестабільна та непередбачувана ситуація, зниження платоспроможного попиту, високі витрати на безпеку, інфляція, відсутність реального кредитування бізнесу, руйнування критичної інфраструктури, дефіцит робочої сили. Попри це, бізнес адаптувався до нових умов, що дозволило підтримати внутрішнє споживання та експортоорієнтовані галузі.

Інфляційний тиск залишається значним. Після пікового рівня у 26,6% наприкінці 2022 року інфляція знизилася, однак у 2024 році знову прискорилося, досягнувши 12% у річному вимірі. Основними причинами стали зростання витрат на логістику, енергетику та імпортні товари. Для стримування цінової нестабільності НБУ підвищив облікову ставку до 13,5%, що ускладнило кредитування, проте допомогло стабілізувати курс гривні та інфляційні очікування. На початку 2025 року облікову ставку було підвищено до 14,5%.

Ринок праці зазнав значних змін. Через війну чисельність робочої сили в Україні зменшилась більше ніж на 25%, а рівень безробіття у 2024 досяг історичного мінімуму. Основою стала проблема дефіциту кадрів, який особливо гостро відчувається у будівельній, аграрній та виробничій сферах. Попри це, приватний сектор намагається зберегти робочі місця, а частина компаній перейшла на віддалені або гнучкі формати роботи. Держава також запровадила програми підтримки зайнятості, зокрема гранти на розвиток малого бізнесу та субсидії на створення нових робочих місць.

Фінансова стабільність країни значною мірою залежить від міжнародної допомоги. Державний бюджет України на 2024 рік було затверджено з дефіцитом в сумі 1 571,5 млрд. грн., або 20,6 відсотка ВВП. З урахуванням внесених Верховною Радою України протягом 2024 року змін, дефіцит збільшився до 1 846,1 млрд. грн. У 2024 році Україна отримала завдяки офіційним трансфертам від Європейського Союзу, урядів іноземних держав, міжнародних організацій, донорських установ – 473,9 млрд. грн., що на 9,2% більше ніж у попередньому році та складає 15,2% від загальної суми доходів державного бюджету. Видатки на оборону склали 2 975,8 млрд. грн., або 39,2% очікуваного ВВП. У 2024 році в загальному обсязі видатків державного бюджету, видатки на оборону склали 51,4% [11].

Зовнішня торгівля демонструє поступове зростання. У 2024 році експорт зріс на до 38,9 млрд. дол. США, що на 12,1% відсотка більше ніж у 2023 році. Це стало можливим завдяки стабільному функціонуванню зернового коридору та розвитку альтернативних логістичних маршрутів. Основу експорту становлять зернові, олійні культури, метали та промислові товари, а головними торговельними партнерами України залишаються країни ЄС, зокрема Польща, Німеччина та Румунія. Імпорт у 2024 році зріс до 69 млрд. дол. США, що на 8,1% більше порівняно з 2023 роком. Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі збільшилось на 1 млрд. дол. США та становило 30,1 млрд. [11].

Енергетичний сектор залишається одним із найуразливіших. Попри регулярні атаки на критичну інфраструктуру, Україні вдалося стабілізувати ситуацію. Водночас дефіцит електроенергії у зимовий період створює значні ризики для промисловості та побутових споживачів, а відновлення енергетичних потужностей потребує значних інвестицій.

Загалом економіка України демонструє високу стійкість та здатність до адаптації, проте залишається залежною від міжнародної фінансової допомоги та ситуації на фронті. Подальший розвиток буде визначатися ефективністю державної політики, швидкістю відбудови інфраструктури, стабільністю зовнішніх ринків та можливістю залучення іноземних інвестицій. Попри всі виклики, країна зберігає потенціал для економічного зростання у довгостроковій перспективі, спираючись на підтримку партнерів, технологічний розвиток та адаптацію бізнесу до нових умов.

За даними Державної служби статистики України протягом 2021-2024 рр. відбулися значні зміни в обсягах товарообороту, що відображають як економічні труднощі, так і поступове відновлення економіки [10]. Аналіз динаміки оптового та роздрібного товарообороту представлено у таблиці 1.

Таблиця 1. Оптовий та роздрібний товарооборот у 2021-2024 рр.

Рік	Оптовий товарооборот	Роздрібний товарооборот
2021	Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі становив 3 377 409,4 млн. грн. Протягом року він зростав стабільно, хоча індекс фізичного обсягу товарообороту порівняно з попереднім роком знизився до 94,4%.	Обсяг роздрібного товарообороту становив 1 443 832,9 млн. грн., а індекс фізичного обсягу складав 110,7% відносно попереднього року, що свідчило про зростання споживчої активності.
2022	Унаслідок військових дій, обсяг оптового товарообороту знизився до 2 768 308,3 млн. грн., а індекс фізичного обсягу впав до 64,1%, що свідчить про скорочення економічної активності.	Через економічну нестабільність роздрібний товарооборот скоротився до 1 396 268,8 млн. грн., а індекс фізичного обсягу впав до 75,5%, відображаючи суттєве зниження купівельної спроможності населення.
2023	Відбулося часткове відновлення, і товарооборот зріс до 3 381 973,2 млн. грн., при цьому індекс фізичного обсягу підвищився до 103,7%, що вказує на відновлення економічної діяльності.	Завдяки адаптації бізнесу та споживачів до нових умов, роздрібний товарооборот зріс до 1 855 384,1 млн. грн., а індекс фізичного обсягу підвищився до 117,0%, що свідчить про відновлення внутрішнього попиту.
2024	Остаточні дані щодо оптового товарообороту ще не оприлюднені, однак попередні показники свідчать про подальше зростання, хоча темпи залишаються нестабільними.	Остаточні дані щодо оптового товарообороту ще не оприлюднені, однак за перші 9 місяців обсяг роздрібного товарообороту склав 1 562 648,7 млн. грн., а індекс фізичного обсягу досяг 118,1%, що вказує на подальше зростання споживчої активності.

Джерело: власна розробка авторів

З наведеної у табл. 1 інформації можна зробити висновок, що оптовий товарооборот різко скоротився у 2022 році, але протягом 2023-2024 років демонструє ознаки відновлення, хоча ще не досяг довоєнного рівня. Роздрібний товарооборот після різкого спаду у 2022 році демонструє стабільне зростання протягом 2023–2024 років, що свідчить про поступове відновлення споживчого попиту.

Загальні тенденції внутрішнього ринку 2021-2024 рр.:

- 2021-2022 рр.: різке зниження товарообороту через війну, падіння купівельної спроможності та скорочення економічної активності,
- 2023 р.: часткове відновлення завдяки стабілізації економіки, адаптації бізнесу та державним програмам підтримки,
- 2024 р.: подальше зростання як оптового, так і роздрібного товарообороту, хоча темпи відновлення залишаються нерівномірними.

Отже, споживчий ринок України у 2021-2024 роках зазнав значних змін. Після різкого спаду у 2022 році, зумовленого воєнними діями, економічною нестабільністю та скороченням доходів населення, у 2023-2024 роках спостерігається поступове відновлення товарообороту. Зростання оптового та роздрібного товарообороту свідчить про стабілізацію споживчого попиту, адаптацію бізнесу та населення до нових умов, а також про поступове відновлення економіки. Проте, подальший розвиток належатиме від стабільності макроекономічного середовища, безпекової ситуації та підтримки внутрішнього ринку.

Ринок будівельних матеріалів України протягом останніх років також зазнав суттєвих змін, обумовлених війною, економічною нестабільністю, дефіцитом ресурсів та робочої сили. Якщо до 2022 року галузь демонструвала стабільне зростання завдяки активному будівництву житлової, комерційної та інфраструктурної нерухомості, то з початком військових дій відбулося різке падіння обсягів виробництва та товарообороту. Проте з 2023 року спостерігається поступове відновлення, зумовлене потребою у відбудові пошкоджених об'єктів, підтримкою міжнародних організацій та адаптацією бізнесу до нових умов. Тенденції розвитку будівельного ринку повторюють макроекономічну динаміку:

- 2021 р.: обсяги будівельного ринку оцінювалися у 27 млрд. доларів США, що відповідало понад 12% загального товарообороту України,
- 2022 р. обсяги скоротилися на 65-75%, зменшившись до 8 млрд. доларів США, тоді як загальний товарооборот країни впав на 35%. Це свідчило про суттєвий негативний вплив на будівельну галузь та ринок будівельних матеріалів,
- 2023 р.: завдяки активізації відбудови та стабілізації економіки обсяг будівельного ринку зріс до 10,5 млрд доларів США, що відповідає зростанню на 25%. При цьому загальний товарооборот збільшився на 17%, що свідчить про випереджаюче відновлення будівельного сектору,
- 2024 р.: за попередніми даними, ринок будівельних матеріалів продовжує зростати, та може досягти 13,1 млрд доларів США [13].

Отже, після різкого спаду у 2022 році ринок будівельний ринок демонструє поступове відновлення, яке випереджає загальні тенденції економіки, що пов'язано з реалізацією проектів відбудови та активізацією інфраструктурних робіт. Проте зазначені зміни на ринку відобразилися й на його структурі. До 2022 року основний попит формували приватні забудовники та комерційні проекти, тоді як у 2023-2024 роках головними замовниками стали держава, міжнародні організації та фонди, що фінансують відбудову інфраструктури.

Однією з визначальних тенденцій на ринку будівельних матеріалів стало зростання їх вартості:

- цемент і бетон: зростання вартості на 50%, зумовлене підвищенням цін на енергоносії та сировину,
- сталь та арматура: через втрату виробничих потужностей, зокрема на Азовсталі, ціни зросли на 60%, а частка імпорту зросла до 25%,
- сухі будівельні суміші: дефіцит через втрату заводів у Соледарі (виробництво Knauf), що призвело до подорожчання продукції на 40%,
- мінеральна вата та теплоізоляція: нестача на внутрішньому ринку, зростання імпорту з ЄС та Туреччини,
- ПВХ-профіль та вікна: зниження виробництва та зростання вартості на 30-40%, що обумовлено дефіцитом сировини та підвищенням витрат на логістику,
- інженерні комунікації (труби, кабелі): подорожчання на 35%, зростання залежності від поставок імпортової продукції [13-14].

Основний попит формують проекти відбудови, що фінансуються державою та міжнародними партнерами, тоді як приватне будівництво залишається обмеженим через економічну нестабільність.

Основні тенденції ринку будівельних матеріалів у 2021-2024 роках:

1. До 2022 року ринок будівельних матеріалів стабільно зростав, приблизно на 20% на рік,
2. У 2022 році ринок зазнав скорочення на 65-75%, у 2023 році спостерігалось відновлення на 25%. У 2024 році відновлення продовжилось.
3. Зростання цін: вартість основних матеріалів підвищилася на 35-60% порівняно з 2021 роком, що пояснюється інфляцією, дефіцитом ресурсів, зростанням вартості сировини, логістики, енергоносіїв та імпорту. У 2024 році ціни стабілізувалися, але залишаються значно вищими за рівень 2021 року.

4. Збільшення імпортозалежності: через втрату українських виробничих потужностей частка імпорту будівельних матеріалів зростає з 14% у 2021 році до 23% у 2023 році. Основними постачальниками стали Польща, Туреччина, Румунія та Китай.

5. Дефіцит робочої сили: через міграцію та мобілізацію відбувається зменшення кількості кваліфікованих працівників, на ринку спостерігається дефіцит кваліфікованих кадрів.

6. Зміна регіональної структури попиту: у західних регіонах, куди перемістилися підприємства та населення, обсяги будівництва зросли на 15%, тоді як у прифронтових областях падіння досягло 90%. Найактивніше відновлюється будівництво у Львівській, Закарпатській, Івано-Франківській та Тернопільській областях.

Отже, ринок будівельних матеріалів України протягом 2022-2024 років пройшов через значні випробування, пов'язані з війною, руйнуванням виробничих потужностей, зростанням вартості ресурсів та дефіцитом робочої сили. Після різкого спаду у 2022 році ринок поступово відновлюється завдяки стабілізації економіки, державним проектам відбудови, міжнародній підтримці та адаптації бізнесу до нових реалій. У перспективі у 2025 року очікується подальше зростання обсягів продажів, особливо у регіонах, що активно відновлюються, проте подальший розвиток ринку залишатиметься залежним від безпекової ситуації, економічної стабільності та міжнародної підтримки.

Один з найбільш гравців у сфері ритейлу будівельних матеріалів і товарів для побуту – ТОВ «Епіцентр К». Це компанія, яка має великий та різноплановий портфель бізнесів, який складається з 44 компаній, що функціонують у сфері торгівлі, виробництва будівельних матеріалів, сільськогосподарської продукції, харчових продуктів, логістики, автотранспортних перевезень. Високий ступінь вертикальної інтеграції дозволяє ТОВ «Епіцентр К» вибудовувати власний ланцюг формування доданої вартості та активно використовувати заходи цінової і нецінової конкуренції. Оцінку впливу основних макроекономічних та галузевих тенденцій розвитку на результати ТОВ «Епіцентр К» доцільно проводити на основі аналізу основних фінансових показників компанії: чистого доходу від реалізації продукції, операційного та чистого прибутку у порівнянні до 2021 року цінах, таблиця 2.

Таблиця 2. Основні фінансові результати діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Показник	2021	2022	Річний темп зміни, %	2023	Річний темп зміни, %
1. Чистий дохід від реалізації, тис. грн.	56643273,0	57603192,0	101,7	69151489,0	120,0
у порівнянні до 2021 р. цінах	56643273,0	45716819,0	80,7	52387491,6	114,6
2. Операційний прибуток	4997829,0	6055020,0	121,2	5126011,0	84,7
у порівнянні до 2021 р. цінах	4997829,0	4805571,4	96,2	3883341,6	80,8
3. Чистий прибуток	4168166,0	3482179,0	83,5	3065548,0	88,0
у порівнянні до 2021 р. цінах	4168166,0	2763634,1	66,3	2322384,8	84,0

Джерело: складено авторами за матеріалами [15]

Результати розрахунків річних темпів змін підтверджують тезу про те, що ринок будівельних матеріалів та його гравці безпосередньо залежать від макроекономічної кон'юнктури. Так у 2022 році обсяг чистого доходу від реалізації у порівнянні цінах зменшився на 19,3%, а у 2023 році навпаки збільшився на 14,6. Це свідчить про певне відновлення ділової активності та попиту у відповідних сегментах ринку. Одночасно, необхідно зауважити, що на фоні зростання обсягів доходу, всі показники прибутковості у 2023 році були меншими за попередній. Це свідчить про те, що ситуація на ринку залишається вкрай важкою, торговельні та виробничі підприємства постійно збільшують видатки на придбання, виробництво та доставку товарів. Саме зростання собівартості та видатків на збут стали причинами зниження рівня прибутковості компанії у 2023 р.

Ринок ритейлерів у сфері будівельних матеріалів та товарів для побуту на якому працює ТОВ «Епіцентр К», можна охарактеризувати як олігополістичний з елементами монополістичної конкуренції, залежно від конкретного сегмента:

- олігополія: у сегменті DIY (Do It Yourself) будівельних матеріалів і товарів для дому домінують кілька великих гравців – Епіцентр, Leroy Merlin, JYSK, Oldi. Ці компанії контролюють більшу частину ринку, впливаючи на ціноутворення, асортимент і маркетингові стратегії.
- монополістична конкуренція: у сегменті онлайн-продажів (e-commerce) ситуація є більш конкурентною. Основні гравці – Rozetka, Comfy, Алло, Фокстрот та Епіцентр. Кожен з них пропонує схожий асортимент товарів, але диференціюється за сервісом, зручністю платформи, швидкістю доставки та маркетинговими стратегіями.

Таким чином, Епіцентр працює на двох типах ринків: олігополії у фізичній роздрібній торгівлі та монополістичній конкуренції в онлайн-сегменті.

Основні конкуренти Епіцентру:

1. Rozetka – лідер українського ринку e-commerce. Її переваги – широке охоплення аудиторії, зручний сайт, швидка доставка та великий асортимент. Проте Епіцентр поступово скорочує відставання у трафіку та кількості транзакцій.

2. JYSK – данський бренд, що спеціалізується на товарах для дому та меблях. JYSK вважає Епіцентр своїм головним конкурентом в Україні, хоча формати цих компаній різняться. Сильні сторони JYSK – акцент на якісні товари для дому, цінні пропозиції та зручність покупок.

3. Leroy Merlin – Французький ритейлер DIY, який після початку повномасштабного вторгнення скоротив свою присутність в Україні, заклавши більшість магазинів. Це дозволило Епіцентру зміцнити свої позиції у сегменті будівельних матеріалів [16].

4. Oldi – Новий гравець на ринку DIY, що зайняв місце Leroy Merlin після закриття їхнього магазину у ТРЦ Retroville.

5. Comfy, Фокстрот, Алло – основні конкуренти у сегменті побутової техніки та електроніки. Епіцентр конкурує з ними як у фізичних магазинах, так і в онлайн-просторі.

6. IKEA – Шведський бренд, що конкурує з Епіцентром у сегменті меблів та товарів для дому. Проте асортимент IKEA є більш вузькоспеціалізованим, тоді як Епіцентр пропонує значно ширший вибір.

7. АТБ, Novus, Auchan – У продуктовому сегменті, завдяки запуску формату Епіцентр Express, компанія почала конкурувати з продуктовими ритейлерами.

Конкуренція на ринку DIY та e-commerce є інтенсивною та базується на таких ключових факторах:

1. Цінова конкуренція:

— ТОВ «Епіцентр К» активно використовує стратегію конкурентних цін, знижок і акцій, особливо під час святкових розпродажів,

— Rozetka часто пропонує знижки для онлайн-замовлень, акції на техніку та електроніку,

— JYSK фокусується на акціях для товарів для дому, часто пропонуючи сезонні розпродажі.

2. Асортимент та якість продукції:

— ТОВ «Епіцентр К» позиціонує себе як магазин, у якому можна купити все – від будівельних матеріалів до продуктів харчування,

— IKEA пропонує стильні меблі та аксесуари для дому з акцентом на дизайн та функціональність,

— JYSK зосереджується на товарах для сну, меблях та декорі.

3. Локація та зручність покупок:

— Епіцентр розвиває формат магазинів Express, що дозволяє бути ближче до споживача та конкурувати з продуктовими ритейлерами,

— Rozetka забезпечує швидку доставку та можливість самовивозу з точок видачі,

— Novus Express та Auchan Pick Up Point конкурують за зручність локації у спальних районах.

4. Технології та інновації:

— ТОВ «Епіцентр К» активно інвестує у логістику, цифрові платформи та маркетплейс epicentrk.ua, який конкурує з Rozetka,

— JYSK розвиває онлайн-продажі через централізовану систему розподілу замовлень.

5. Лояльність клієнтів та маркетинг:

— Епіцентр пропонує програму лояльності, яка дозволяє накопичувати бали за покупки,

— Rozetka залучає клієнтів за допомогою спеціальних пропозицій та реклами в інтернеті,

— JYSK фокусується на задоволенні потреб клієнтів завдяки якісному сервісу та персоналізованим пропозиціям.

Отже, ринок, на якому працює ТОВ «Епіцентр К», є конкурентним з елементами олігополії у фізичній торгівлі DIY та монополістичної конкуренції у сфері онлайн-продажів. Основними конкурентами є Rozetka, JYSK, Leroy Merlin, Oldi, IKEA, а також Comfy, Алло, Фокстрот у сегменті електроніки.

Принципи конкурентної поведінки базуються на цінній політиці, широкому асортименті, зручності покупок, інноваціях та маркетингових стратегіях. ТОВ «Епіцентр К» завдяки диверсифікації бізнесу (DIY, агро, виробництво, ритейл) має змогу конкурувати у різних сегментах, одночасно розширюючи свою присутність як у фізичних магазинах, так і в онлайн-середовищі. Компанія декларує намір і надалі зміцнювати свої позиції завдяки розвитку маркетплейсу, розширенню формату Express, модернізації логістичної інфраструктури та впровадженню інновацій у сфері роздрібною торгівлі.

Висновки

Бізнес-середовище відіграє ключову роль у функціонуванні підприємств, визначаючи умови ведення бізнесу, рівень конкуренції та можливості для розвитку. У сфері ритейлу будівельних матеріалів і товарів для побуту ці фактори особливо важливі, оскільки цей сегмент безпосередньо залежить від макроекономічної ситуації, споживчого попиту, інвестиційної активності та державної політики. Динаміка розвитку бізнес-середовища, перш за все, впливає на фінансові показники компаній, а також обумовлює необхідність їх постійного розвитку у намаганні адаптуватись до змін, нівелювати негативні впливи та використати нові можливості для підвищення економічної ефективності.

Загальна макроекономічна ситуація в Україні залишається складною, проте спостерігаються ознаки стабілізації та часткового відновлення після кризового 2022 року. Військові дії, руйнування інфра-

структури та фінансова нестабільність негативно вплинули на економічну активність, призвівши до різкого зменшення ВВП, зростання інфляції, дефіциту робочої сили. Проте у 2023-2024 роках економіка України адаптувалася до нових умов, що дало змогу покращити основні економічні показники, зокрема ВВП, обсяги виробництва сільськогосподарської та промислової продукції, оптового та роздрібного товарообороту. Водночас непрогнозованість внутрішньої ситуації, збереження високого рівня інфляції, зростання вартості ресурсів та логістичні труднощі залишаються ключовими викликами для бізнесу.

Ринок будівельних матеріалів також зазнав значних змін. Якщо до 2022 року він демонстрував стабільне зростання, то після початку війни відбулося різке падіння обсягів виробництва та товарообороту. У 2023 році розпочалося поступове відновлення, зумовлене потребою у відбудові зруйнованої інфраструктури, залученням міжнародної допомоги та адаптацією бізнесу до нових реалій. Водночас галузь стикається з низкою проблем, таких як зростання собівартості продукції, дефіцит робочої сили та посилення імпортозалежності. Будівельний ринок почав відновлюватися швидше, ніж інші галузі економіки, у тому числі, завдяки державним програмам підтримки громадян, які втратили житло та пільгової іпотеки.

ТОВ «Епіцентр К» залишається одним із лідерів ринку ритейлу будівельних матеріалів і товарів для побуту в Україні, демонструючи високу адаптивність до викликів сучасного бізнес-середовища. У 2022-2023 роках компанія зазнала значного зниження прибутковості. Не дивлячись на зростання обсягів чистого доходу, прибуток компанії у 2023 році був меншим за показник попереднього періоду на 16%. Відповідна ситуація пояснюється постійним зростанням витрат, що призводить до збільшення собівартості продукції. Тобто, на фоні загального відновлення обсягів товарообороту, торговельні підприємства зазнають постійного зменшення рентабельності. Попри складні макроекономічні умови, ТОВ «Епіцентр К» зберігає свої конкурентні позиції завдяки диверсифікації бізнесу, вертикальній інтеграції та активному розвитку електронної комерції.

Загалом, ринок ритейлу будівельних матеріалів і товарів для побуту в Україні демонструє поступове відновлення після кризового періоду, хоча залишається вразливим до макроекономічних ризиків та негативних зовнішніх факторів. Подальший розвиток галузі залежатиме від стабільності економічного середовища, можливостей для залучення інвестицій та ефективності державної політики у сфері підтримки бізнесу.

Abstract

The article examines trends in the development of the business environment in the retail sector of building materials and household goods in Ukraine.

The introduction justifies the relevance of the topic, emphasizing the key role of trade in the national economy and the importance of the building materials market for housing modernization and infrastructure development. The high dynamism of the industry and its dependence on macroeconomic factors are highlighted.

The purpose of the study is to determine and assess the state and trends of development of business environment factors and their impact on the activities of retailers of building materials and household goods.

Research methods: the study uses statistical data analysis from the State Statistics Service of Ukraine, the Ministry of Finance of Ukraine, analytical center reviews, comparative analysis of financial indicators and market dynamics, as well as the method of generalization.

The results of the study show that inflation, labor shortages, growing import dependence, and logistical constraints significantly influence the business environment of the retail sector for building materials. In 2022, Ukraine's economy experienced a deep crisis with a GDP decline of 28.8%. However, gradual recovery has been observed in 2023-2024. The dynamics of wholesale and retail turnover, the building materials market, and the financial indicators of LLC "Epicentr K" were analyzed. In 2023, the company increased sales volumes by 20%, but profitability decreased due to rising production costs and growing expenses. The competitive landscape was also analyzed, showing that LLC "Epicentr K" operates as a key market player alongside companies such as Rozetka, JYSK, Leroy Merlin, Oldi, IKEA, and others.

In the conclusions, it is emphasized that the business environment plays a critical role in the functioning of enterprises. The building materials market is showing gradual recovery supported by government assistance programs, international aid, and business adaptation to new conditions. Future development of the sector will depend on macroeconomic stability, effective state policy, the security situation, and the ability to attract investments. LLC "Epicentr K" demonstrates a high level of adaptability due to business diversification, vertical integration, and active e-commerce development. However, challenges remain in the form of rising costs and declining profitability.

Список літератури:

1. Пікулик О.І. Бізнес-середовище в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2021. № 2 (119). С. 23-26.
2. Набока Ю.В. Бізнес-середовище: характеристика, структура, розвиток, діагностика. Економічний простір. 2018. № 138. С. 192-200.
3. Головащенко В.П., Сидорова А.В. Сучасне бізнес-середовище України. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2018. Т. 1. № 10. С.145-148.
4. Біла І.С., Насікан Н.І. Бізнес-середовище в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17. С. 127-131.
5. Страшний С. Бізнес-середовище як об'єкт державного регулювання. Актуальні проблеми державного управління. 2010. Вип. 2. С. 61-64.
6. Economy Profile of Ukraine Doing Business 2020 Indicators. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/u/ukraine/UKR.pdf>.
7. Прогноз розвитку ринку будівельних матеріалів в Україні на 2025 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.profbudmarket.com.ua/post/прогноз-розвитку-ринку-будівельних-матеріалів-в-україні-на-2025-рік>.
8. Сектор будівельних матеріалів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukraineinvest.gov.ua/industries/building-materials-ukraineinvest>.
9. Ринок будівельних матеріалів в Україні: актуальні тренди. Pro Consulting. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-stroitelnyh-materialov-v-ukraine-aktualnye-trendy>.
10. Бавико О.Є. Система державного регулювання розвитку бізнесу. Бізнес-Навігатор. 2017. № 43. С. 61-65.
11. Макроекономічна статистика. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
12. Інформація Міністерства фінансів України про виконання Державного бюджету України за 2024 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mof.gov.ua/uk/budget_of_2024-698.
13. Самойлюк М. Трекер економіки України під час війни. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war>.
14. Горошук В. Перерозподіл ВВП та дефіцит матеріалів: Як змінився будівельний ринок України та чи є перспективи? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/krizabudivelnogo-riunku-chi-ye-perspektivi-ta-chogo-ochikuvati-cherez-rik-novini-ukrajini-50437133.html>.
15. Коваль О. Будівельний ринок без грошей і кадрів. Що далі? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pravda.com.ua/columns/2024/11/11/721617>.
16. Товариство з обмеженою відповідальністю «Епіцентр К». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://clarity-project.info/edr/32490244/yearly-finances?current_year=2023.
17. Маранчак М. Новини DIY&Decor: Епіцентр, Kochut Interiors, ІКЕА, Leroy Merlin Ukraine та інші. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novuni/novini-diy-decor-epicentr-kochut>.

References:

1. Pikulyk, O. (2021). Business environment in Ukraine: problems and prospects of development. Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpriemnytstvo, 2 (119), 23-26 [in Ukrainian].
2. Naboka, Y. (2018). Business environment: characteristics, structure, development, diagnostics. Ekonomichnyi prostir, 138, 192-200 [in Ukrainian].
3. Golovashchenko, V.P., Sydorova, A.V. (2018). Modern business environment of Ukraine. Visnyk studentskoho naukovohto tovarystva DonNU imeni Vasylia Stusa, 10, 145-148 [in Ukrainian].
4. Bila, I.S., Nasikan, N.I. (2017). Business environment in Ukraine. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky, 17, 127-131 [in Ukrainian].
5. Strashnyy, S. (2010). Business environment as an object of state regulation, 2, 61-64 [in Ukrainian].
6. Economy Profile of Ukraine Doing Business 2020 Indicators. Retrieved from: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/u/ukraine/UKR.pdf> [in Ukrainian].
7. Forecast of the development of the building materials market in Ukraine for 2025. Retrieved from: <https://www.profbudmarket.com.ua/post/прогноз-розвитку-ринку-будівельних-матеріалів-в-україні-на-2025-рік> [in Ukrainian].
8. Sector of building materials. Retrieved from: <https://ukraineinvest.gov.ua/industries/building-materials-ukraineinvest> [in Ukrainian].
9. Building materials market in Ukraine: current trends. Retrieved from: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-stroitelnyh-materialov-v-ukraine-aktualnye-trendy> [in Ukrainian].

10. Bavyko, O.Y. (2017). System of state regulation of business development. *Biznes-Navihator*, 43, 61-65 [in Ukrainian].
11. Macroeconomic statistics. Retrieved from: <https://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
12. Information from the Ministry of Finance of Ukraine on the implementation of the State Budget of Ukraine for 2024. Retrieved from: https://mof.gov.ua/uk/budget_of_2024-698 [in Ukrainian].
13. Samoiliuk, M. Ukraine War Economy Tracker. Retrieved from: <https://ces.org.ua/en/tracker-economy-during-the-war> [in Ukrainian].
14. Horoshchuk, V. GDP redistribution and materials shortage: How has the construction market of Ukraine changed and are there any prospects? Retrieved from: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/kriza-budivelnogo-rinku-chi-ye-perspektivi-ta-chogo-ochikuvati-cherez-rik-novini-ukrajini-50437133.html> [in Ukrainian].
15. Koval, O. The construction market without money and personnel. What next? Retrieved from: <https://epravda.com.ua/columns/2024/11/11/721617> [in Ukrainian].
16. Limited Liability Company "Epicentr K". Retrieved from: https://clarity-project.info/edr/32490244/yearly-finances?current_year=2023 [in Ukrainian].
17. Maranchak, M. DIY&Decor News: Epicentr, Kochut Interiors, IKEA, Leroy Merlin Ukraine and others. Retrieved from: <https://rau.ua/novyni/novini-diy-decor-epicentr-kochut> [in Ukrainian].

Посилання на статтю:

Бавико О.С. Тенденції розвитку бізнес-середовища у сфері ритейлу будівельних матеріалів і товарів для побуту / О.С. Бавико, К.І. Галуза // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. – 2025. – № 2 (32). – С. 5-13. – Режим доступу: <https://economics.net.ua/ejopu/2025/No2/5.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.02.2025.1. DOI: 10.5281/zenodo.15757908.

Reference a Journal Article:

Bavyko O.Ye. Trends in the Development of the Business Environment in the Retail Sector of Building Materials and Household Goods / O.Ye. Bavyko, K.I. Galuza // *Economic journal Odesa polytechnic university*. – 2025. – № 2 (32). – P. 5-13. – Retrieved from: <https://economics.net.ua/ejopu/2025/No2/5.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.02.2025.1. DOI: 10.5281/zenodo.15757908.

