

НАПРЯМИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛУ УКРАЇНИ

Спираючись на результати досліджень щодо діяльності продуктового ритейлу України за останні роки, можна побачити, що він стрімко розвивається у форматі магазинів біля будинку. Як зазначає [1], чітко простежується динаміка зростання невеликих магазинів площею до 120-150 квадратних метрів починаючи з 2019 року. Національні та регіональні компанії все більше уникають формату мегамаркетів запускаючи нові проекти під новими брендами, іншим маркетингом, товарним наповненням. Причиною таких рішень є зміни переваг клієнтів, розвиток ринку онлайн замовлень та доставок продуктів харчування, гнучкіша система управління товарними запасами та ін.

Дослідження напрямів розвитку продуктового ритейлу України є пріоритетною темою багатьох провідних вітчизняних науковців. Серед них: А.А. Мазаракі, М.В. Чорна, Л.В. Фролова, В.В. Апопій, Н.Б. Ільченко, Т.М. Гончаренко та ін. Незважаючи на значні напрацювання дослідників необхідність пошуку напрямів розвитку продуктового ритейлу виникає через ряд чинників, які є мінливими і потребують додаткового аналізу.

Ще недавно, розвиток мінімаркетів в Україні проходив з максимальною автономією магазинів, зменшенням їх форматів та збільшенням кількості торгових точок, оскільки зміни формату вимагають й іншого технологічного підходу в оснащенні холодильним обладнанням, більш компактним, економічним, тихим. Чітко простежувалось, що мережі також активно співпрацюють із дизайнерами, намагаються виділитися оригінальними ідеями оформлення магазинів.

Але з кінця лютого, коли відбулося широкомасштабне вторгнення РФ на територію нашої держави, продуктивний ритейл був вимушен швидко реагувати на надзвичайні умови та швидко підлаштовувати свою комерційну діяльність до нових умов. Можна простежити, що зважаючи на виняткові обставини

продуктовий ритейл обрав за пріоритетну діяльність наступні перспективні напрями.

1. Зміна ланцюгів логістики Через зменшення попиту на продукти та товари першої необхідності, які також є пріоритетними для продуктових ритейлів, а також завдяки вимушеній міграції великої кількості населення до інших держав та до західних регіонів країни; нестачу потужностей та робочої сили – призвели до того, що багатьом ритейлерам не завжди вдавалося повністю укомплектувати свої полиці. Так, українські ритейлери розробляють та удосконалюють свої логістичні ланцюги постачання для вирішення конкретних проблем. Як приклад, компанія «Fozzy Group», значно розширила кількість постачальників – до 500 нових партнерів, також логістику було переведено на залізницю [2]. Отже, відбувається переосмислення ланцюгів поставок на довгострокову перспективу.

2. Перспектива збільшення доходу ритейлерів через інші платформи. Компанії намагаються диверсифікувати угоди та розвивати різні шляхи доходу. Це означає, що ритейл намагається пропонувати не лише продукти, а й послуги бізнесу. Наприклад, Walmart: роздрібний оператор запропонував свою платформу доставки іншим компаніям через Walmart GoLocal [1,3].

3. Перспектива зростання кількості власних торгових марок. Ритейлери вже досить тривалий час розглядають private label як доходні канали зростання, що дозволяють завоювати велику частку ринку. У вимогах сьогодення, коли товари іноземних виробників стають менш доступними через підвищення цін та збоїв постачання, private label можуть стати більш привабливими для вітчизняних споживачів. Також під час війни особливо гостро простежується підтримка споживачами вітчизняного виробника та абсолютна відмова від товарів виробників із росії та білорусії.

Отже, у сучасних складних умовах в країні продуктовий ритейл робить реальні кроки щодо створення економічної стійкості держави, адаптує роботу своїх магазинів до нових умов, намагаючись стабільно забезпечувати потреби

населення в якісних та доступних продуктах харчування та товарах першої необхідності.

Список літератури

1. Офіційний сайт Інформаційного інтернет-порталу All Retail. URL: <https://allretail.ua/> (дата звернення: 28.04.2022)
2. Офіційний сайт Асоціація ритейлерів України. URL: [https://rau.ua/personalii/dmitro-cigankov-silpo/»](https://rau.ua/personalii/dmitro-cigankov-silpo/) (дата звернення: 28.04.2022).
3. Офіційний сайт інтернет-видання delo.ua. URL: <https://delo.ua/> (дата звернення: 28.04.2022).

Автори: к.е.н., доц. Данкеєва Оксана Миколаївна