

УДК 339.3

Онуфрієнко Н.Л.¹, Дудкін Ю.В.²

¹ старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУ-210 НУ «Запорізька політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ РИТЕЙЛЕРІВ УКРАЇНИ

Комплексне дослідження ринку ритейлу передбачає аналіз ситуації конкурентного середовища та визначення позицій основних гравців ринку. В процесі дослідження, необхідно розглянути основні показники діяльності торговельних мереж, що є лідерами галузі.

Отже, загальний виторг 15 ритейлерів у 2020 році становив 427 млрд. грн. – це 18,5% від сукупного виторгу 100 найбільших приватних компаній України. Найбільший виторг – у АТБ (123,9 млрд. грн.), Fozzy Group (80,2 млрд. грн.), Епіцентр (50,4 млрд. грн.). Сукупний прибуток ритейлерів становив 7,3 млрд. грн. Практично всі ритейлери показали зростання виторгу в середньому на 5–18%. Найбільше зростання в Rozetka (+48%), Samsung Україна (+21%), Metro (+20%), Comfy (+19%). Ритейлери є одними з найбільших роботодавців серед приватних компаній (211000 робочих місць).

АТБ займає другу позицію в рейтингу 100 найбільших приватних компаній України 2021. У 2020 році виторг компанії становив 123,9 млрд. грн., прибуток - 5,8 млрд. грн. З початку 2021 року АТБ оновив 26 магазинів. Крім редизайну, АТБ збільшив асортимент товарів середньої цінової категорії та ввів нові сервіси – пекарні, кава-пойнти тощо. Також АТБ відкрив 61 магазин, усього в мережі 1257 супермаркетів. За шість місяців 2021 року товарообіг АТБ зріс на 20%, до 85,3 млрд грн.

Fozzy Group займає п'яту сходинку в рейтингу 100 найбільших приватних компаній України 2021. У 2020 році виторг компанії становив 80,2 млрд. грн. Один з найбільших продуктових ритейлерів країни енергійно освоює нові напрями. У 2020 році Fozzy зайшла одразу до двох торгових ніш, запустивши мережу товарів для хобі OffTop і мінімаркети FoodPod. У першому форматі працює вже 10 точок у Києві, в другому – п'ять магазинів у столиці й передмісті.

Епіцентр К займає дев'яту сходинку в рейтингу 100 найбільших приватних компаній України 2021. У 2020 році виторг компанії становив 50,4 млрд. грн., прибуток — 3,2 млрд. грн. Найбільший непродуктовий ритейлер України переживає період реновації — замість відділів тепер «магазини в магазині» з новим дизайном і готовими інтер'єрними рішеннями. В Епіцентрі відкрилися студії світла, сну, інтер'єрів. Ритейлер також розвиває нові напрями — аптеку і продуктовий маркет, де продаються свіжа випічка та делікатеси. Щоб іти в ногу з часом, компанія почала відкривати точки видачі і запустила власний маркетплейс. Довгострокова мета команди диджитал — маркетплейс має давати 25% обороту Епіцентру [1].

Серед основних технологічних трендів, що будуть сприяти розвитку галузі ритейлу в пост-воєнний час, за думкою експерту зі стратегічного маркетингу [2], можна виділити наступні:

1. Впровадження підходу, який передбачає оцифрування та оптимізацію всіх складових, з якими взаємодіє клієнт (New Retail). Ритейлери розробляють мобільні програми, які підтримують комунікацію з брендом.
2. Збільшення важливості офлайн-комунікацій та збору офлайн-лідів.
3. Впровадження моделі, у якій виключаються неефективні посередники між виробником та кінцевим споживачем (Direct To Consumer).
4. Еволюціонування клієнтського сервісу у клієнтський досвід. Для деяких бізнесів CRM трансформуються в CDP (Customer Data Platform).
5. Розвиток великими ритейлерами власних маркетплейсів. Це буде дозволяти залучати середні та малі бізнеси, щоб зробити покупки клієнтів більш комплексними та залучати нову аудиторію.
6. Перехід до «економіки крієтерів». Маркетплейси стають місцем для пошуку товарів і способом проведення часу.

7. Зростання популярності чат-ботів. Споживачі звикають до взаємодії із чат-ботами. Чат-бот знижує кількість звернень у компанію, робить взаємодію більш швидкою для клієнта та оптимізує клієнтський шлях.

8. Впровадження штучного інтелекту, що допомагає у персоналізації речень. Максимальна персоналізація є конкурентною перевагою ритейлера.

9. Впровадження AR в e-commerce, що допомагає клієнту зробити вибір. Створення AR-рішень є доступнішим і ритейлери зможуть його інтегрувати.

10. Зростання кількості рийлерів, які пропонують моделі передплати.

Отже, за сучасних умов ринок ритейлу в Україні має певні перспективи для зростання, але є низка політичних, економічних, демографічних та соціальних факторів для його поступового розвитку. В умовах значної конкуренції ритейлери вкладають свої інвестиційні ресурси у запровадження інновацій у межах маркетингових стратегій, що стає основним трендом сучасності у рамках концепції діджиталізації маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 100 найбільших приватних компаній України 2021. Режим доступу : <https://forbes.ua/ratings/100-naybilshikh-privatnikh-kompaniy-ukraini-2021-12102021-2580> (дата звернення : 10.04.2022).

2. Маранчак М. Що чекає на український рітейл після війни: 10 технологічних трендів. Режим доступу : <https://rau.ua/novyni/10-tehnologichnih-trendiv/> (дата звернення : 10.04.2022).