

11. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» від 25 лютого 2017 р.: Указ Президента України № 47/2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text>

12. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року «Про Стратегію національної безпеки України»: указ Президента України № 392/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020#Text>

13. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14.05.2021 «Про Стратегію кібербезпеки України»: указ Президента України №447/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/447/2021#Text>

14. Про Службу безпеки України : Закон України від 25.03.1992 № 2229-XII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-12/ed20251213#Text>

15. Питання Міністерства цифрової трансформації України: постанова Кабінету Міністра України від 18.09.2019 № 856. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#Text>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-606-8-45>

ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ

Соколовська Єлизавета Костянтинівна

здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

3 курсу спеціальності «Менеджмент»,

Рівненський державний гуманітарний університет

м. Рівне, Україна

Машта Надія Олександрівна

кандидат технічних наук, доцент,

доцент кафедри документальних комунікацій та менеджменту

Рівненський державний гуманітарний університет

м. Рівне, Україна

Сучасний роздрібний ринок переживає трансформацію від ролі посередника між виробником і споживачем до моделей «надання готових рішень». Це пов'язано з розвитком економії часу, де час стає ключовим ресурсом. В Україні актуальність впровадження «готових рішень для споживачів» посилюється умовами війни та енергетичних криз.

Метою роботи є дослідити особливості реалізації моделей «готових рішень» на основі аналізу досвіду українських ритейлерів та проаналізувати їх вплив на ефективність торговельного бізнесу.

У цьому контексті доцільно розглянути ключові моделі розвитку сучасного ритейлу, які демонструють адаптацію підприємств до змін поведінки споживачів, технологічного прогресу та нових ринкових умов.

Модель «Орієнтація на досвід». Сучасний світовий ритейл переходить від транзакційної моделі до екосистем, орієнтованих на досвід. В Україні прикладом цього є мережа «Сільпо» з концепцією «Resto», яка передбачає створення гастрономічних просторів із відкритими кухнями, де кожна зона має власну концепцію, меню та команду [11]. Це дає змогу задовольняти широкий спектр запитів і перетворює супермаркет на повноцінний фуд-хол [10]. Час перебування клієнта збільшується на 15-20%, оскільки він витрачає додаткові 30-90 хвилин на їжу [3]. Роздрібні торговці, які впроваджують дизайн, орієнтований на враження, спостерігають збільшення середнього розміру кошика, що доводить: трансформація магазинів безпосередньо впливає на дохід [1].

Модель «Масовий стандарт» (Кейс «АТБ»/«М'ясомаркет»). Сучасна реалізація моделі на прикладі мереж «АТБ» та «М'ясомаркет» демонструє перехід від класичного дискаунтера до формату «кулінарного супутника» споживача. Згідно з концепцією маркетингу Ф. Котлера, ключовою стає не лише ціна, а створення сприйнятої цінності – у даному випадку вільного часу клієнта [2]. Використовуючи принципи операційного менеджменту, «АТБ» впроваджує Grab-and-Go зони через жорстку уніфікацію асортименту та логістичних процесів [7]. Кейс «М'ясомаркету» (МХП) ілюструє перехід від сировинної моделі до виробництва продуктів із високою доданою вартістю (RTE). У МХП використання інновацій, таких як High Pressure Processing (обробка високим тиском), дозволяє поєднувати масовий стандарт із ресторанною якістю страв без консервантів [12].

Модель «Непродуктовий ритейл» (кейс АЗК WOG/ОККО) демонструє, як підприємства адаптуються до умов війни. Сьогодні непродуктовий ритейл є важливою частиною роздрібного ринку України, а автозаправні комплекси виконують не лише свою основну функцію, а й стають «Пунктами незламності» для населення. Зокрема, мережа WOG інвестувала понад 172 млн. грн. в забезпечення автономності своїх об'єктів (генератори, Starlink, коворкінг-зони) [5]. Водночас мережа ОККО активно модернізує свою інфраструктуру та пристосовується до нових умов: упродовж 2022–2024 років компанія оновила 91 автозаправний комплекс [6].

Технологічний аспект. Мережі Varus та Novus використовують власні торгові марки як інструмент вертикальної інтеграції. Це дозволяє знизити вартість товарів та гарантувати високу якість через пряму співпрацю з виробниками [9], [4]. Окрім цього, сучасний ритейл неможливий без комплексної цифрової трансформації. Впровадження кас самообслуговування, електронних POS-систем та елементів штучного інтелекту для прогнозування попиту й оптимізації логістики суттєво покращують операційні процеси, дозволяючи мережам знижувати витрати та ефективніше задовольняти запит споживачів на швидкість обслуговування [8].

Таким чином, сучасний український роздрібний ринок трансформується від традиційної моделі посередництва до моделей «надання готових рішень», що зумовлено зростанням цінності часу для споживача та впливом зовнішніх кризових факторів. Аналіз практики українських ритейлерів показав, що впровадження моделей «орієнтації на досвід», «масового стандарту» та адаптивних форматів непродуктового ритейлу сприяє підвищенню ефективності торговельного бізнесу через зростання середнього чека, збільшення часу перебування клієнтів у магазині та формування додаткової споживчої цінності. Інтеграція гастрономічних концепцій, розвиток форматів Ready-to-Eat, а також інвестиції в автономність і сервісні функції дозволяють торговельним мережам адаптуватися до умов війни та посилювати конкурентні позиції. Водночас важливим фактором підвищення ефективності є впровадження технологічних рішень, зокрема цифровізації, використання власних торгових марок та інструментів штучного інтелекту, що забезпечують оптимізацію операційних процесів і підвищення якості обслуговування споживачів.

Література:

1. How design drives growth in grocery retail. URL: <https://www.chutegerdeman.com/how-design-drives-growth-in-grocery-retail/>
2. Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (18th Global Edition). 2021. 73 p. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Principles_of_Marketing_Global_Edition.html?id=yqc5EAAAQBAJ&redir_esc=y
3. Phan C. How In-Store Duration Affects Purchase Behavior: An Exploratory Observation With Multi-Factor Analysis and Operational Recommendations. 2025. 40 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/394219878_How_In-Store_Duration_Affects_Purchase_Behavior_An_Exploratory_Observation_With_Multi-Factor_Analysis_and_Operational_Recommendations

4. Private Label без міфів: як працюють власні торгові марки та чи варто їх обирати. URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/694069-private-label-bez-mifiv-yak-pracyuyut-vlasni-torgovi-marki-ta-chi-var-to-jih-obirati>

5. Дорогою ціною: як АЗК стали більш ніж заправками авто. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/energetichna-nezlamnist-yak-wog-zabezpechuye-bezperedibynu-robotu-azk-pid-chas-energetichnih-viprobuvan-50455123.html>

6. Звіт CFO ОККО Group Назара Купибіди (ОККО у 2022-2024 рр. оновила 91 АЗК; 24.10.2024). URL: <https://interfax.com.ua/>

7. Інформація про компанію ТОВ «АТБ-маркет». URL: <https://www.atbmarket.com/company?srsId=AfmBOoqEP4FbJfDRFV-TMkYIRnWk4k76-HaXZW-ZfxWT1bD482NQ3Pso>

8. Рітейл в Україні: що це, як працює та з чого почати. Go Deal Brokers. URL: <https://business-broker.com.ua/blog/riteyl-v-ukraini-sho-tse-ia-pratsiuiie-ta-z-choho-pochaty/>

9. Фестиваль власних марок у NOVUS: економія, якість і підтримка України. URL: <https://life.pravda.com.ua/projects/festival-vlasnih-marok-306061/>

10. Фудхол «Сільпо Resto» (ТРЦ River Mall). URL: <https://silporestorivermall.choiceqr.com/menu/section:menu-417/novinki>

11. Фудхоли «Сільпо Resto». URL: <https://silpo.ua/about/foodholy-silpo>

12. Шаурменні, магазини і гастростудії. Як і навіщо МХП розвиває нові формати (27 жовтня 2020 р.). URL: <https://nv.ua/ukr/project/mhp-rozvivaye-novi-formati-m-yasomarket-sekrety-shefa-shaurma-doner-market-novini-ukrajini-50119237.html>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-606-8-46>

ЕЛЕКТРОННЕ УРЯДУВАННЯ ТА ЕЛЕКТРОННА ДЕМОКРАТІЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ТА ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Сяська Олена Василівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри документальних комунікацій та менеджменту,

Рівненський державний гуманітарний університет

м. Рівне, Україна

Масштаби та наслідки сучасного етапу цифровізації суспільства мають беззаперечно трансформаційний характер і породжують нові уявлення про світ. При цьому можливості електронного зв'язку та