

аналітиках даних (Data Scientists) та дотримання вимог захисту персональних даних (GDPR). Перспективами подальших досліджень є використання генеративного штучного інтелекту для автоматичного створення персоналізованого контенту та оцінка ефективності Big Data-рішень для малих та середніх торговельних підприємств з обмеженим бюджетом.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетьяван І. Маркетинг 5.0: технології для людства / пер. з англ. А. Мархової. Київ : Якабу, 2021. 432 с.
2. Виноградова О. В. Застосування технологій Big Data в управлінні маркетинговою діяльністю торговельних мереж. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. № 3(45). С. 62–70.
3. Каленіченко Т. В. Автоматизація маркетингу на основі машинного навчання: інструменти та ефективність. *Маркетинг в Україні*. 2023. № 4(110). С. 42–49.
4. Сабліна Н. В. Омніканальний маркетинг та персоналізація в реальному часі: нові виклики для ритейлу. *Вісник економічної науки України*. 2024. № 1(48). С. 108–116.

УДК: 658.012.4:658.8:339.37(043)

МАРКЕТИНГОВИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ ТА ЕЛЕКТРОНІКИ УКРАЇНИ

Тетяна Боровик

Альона Руденко

boroviktm103@gmail.com

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж,
м. Черкаси

Функціонування сучасних підприємств відбувається в умовах високої динамічності конкурентного середовища та посилення впливу політичних, економічних, технологічних й інноваційних чинників. За таких умов забезпечення стабільності ринкових позицій виступає одним із ключових індикаторів ефективності управління та стратегічного розвитку підприємства. У контексті цифровізації бізнес-процесів особливого значення набуває здатність підприємств оперативно адаптуватися до змін зовнішнього середовища, впроваджувати сучасні цифрові технології та формувати гнучкі механізми управління, що дозволяють своєчасно реагувати на ринкові виклики й забезпечувати конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі. [1]. В умовах цифровізації економіки та трансформації споживчої поведінки ринок побутової техніки та електроніки України залишається одним із найбільш динамічних сегментів роздрібно́ї торгівлі. Розвиток інформаційних технологій, зростання ролі електронної комерції, поширення омніканальних моделей продажу та підвищення вимог споживачів до рівня сервісу формують нові умови функціонування підприємств галузі. Водночас повномасштабна війна суттєво вплинула на діяльність торговельних мереж, спричинивши скорочення кількості магазинів, порушення логістичних ланцюгів, зміну структури попиту та трансформацію споживчих пріоритетів.

Попри складні економічні умови, підприємства ринку побутової техніки та електроніки продовжують адаптуватися до сучасних викликів, розвиваючи цифрові канали комунікації, удосконалюючи маркетингові інструменти та впроваджуючи нові підходи до управління взаємовідносинами зі споживачами. Конкуренція між ключовими гравцями ринку посилюється, що обумовлює необхідність проведення комплексного аналізу конкурентного

середовища, оцінювання ринкових позицій підприємств та визначення перспектив їх подальшого розвитку.

На сучасному українському ринку роздрібної торгівлі побутовою технікою та електронікою функціонує низка провідних компаній, які займають домінуючі позиції за показниками ринкової присутності, обсягів продажу та рівня конкурентоспроможності (табл. 1).

Таблиця 1.

Ключові суб'єкти ринку роздрібної торгівлі побутовою технікою та електронікою в Україні за підсумками 2024 року

Компанія	Бренд роздрібної мережі	Формат діяльності	Кількість торгових точок	Основні товарні категорії	Рік виходу на ринок
ТОВ «ФТД-РИТЕЙЛ»	Foxtrot	Оmnіканальна	124	Побутова техніка, електроніка	1994
ТОВ «Приватінвест»	Brain	Мульти-канальна	72	Комп'ютерна техніка, електроніка, ІТ-обладнання та комплектуючі	1995
ТОВ «Алло»	Allo	Оmnіканальна	286	Електроніка, смартфони маркетплейс	1998
ТОВ «Максішоп»	Citrus	Оmnіканальна	68	Гаджети, електротранспорт, Smart-рішення	2000
ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»	Comfy	Оmnіканальна	110	Побутова техніка, електроніка	2005
ТОВ «НРП»	MoYo	Оmnіканальна	84	Гаджети, ноутбуки, побутова техніка	2009

Джерело: сформовано авторами за даними: [2; 3; 4; 5; 6; 7]

Співвідношення кількості діючих торгових точок досліджуваних торговельних мереж представлено на рис. 1 за підсумками 2024 року.

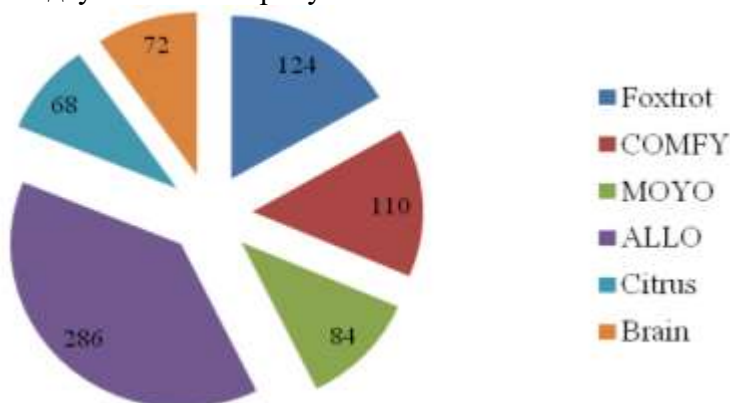


Рис. 1. Порівняння кількості торгових точок провідних операторів ринку побутової техніки та електроніки України за підсумками 2024 року

Джерело: сформовано авторами за даними: [2;3;4;5; 6; 7]

Аналіз даних табл. 1 свідчить, що ринок роздрібної торгівлі побутовою технікою та електронікою в Україні має олігополістичний характер із домінуванням кількох національних мереж, які функціонують переважно в оmnіканальному форматі. Це відображає стійку тенденцію цифрової трансформації галузі та інтеграції онлайн- і офлайн-каналів збуту. Найбільш масштабна ринкова присутність в компанії Allo, яка поєднує роздрібну мережу з маркетплейсною моделлю. Сильні конкурентні позиції також займають Foxtrot та Comfy, які поступово трансформують бізнес-моделі в напрямі цифровізації та розвитку сервісної складової. Сегментовано орієнтовані компанії MoYo та Citrus спеціалізуються на

високотехнологічних товарах і smart-рішеннях, тоді як Brain займає нішеву позицію з домінуванням онлайн-каналу та фокусом на ІТ-сегменті.

У межах дослідження здійснено порівняльний аналіз ключових компаній-конкурентів на основі даних рейтингу «Топ-1000 компаній України», що дає змогу оцінити їх відносні позиції у загальнонаціональному бізнес-середовищі та рівень ринкової значущості (табл. 2).

Таблиця 2.

Рейтингові позиції провідних операторів ринку роздрібної торгівлі побутовою технікою та електронікою України за результатами рейтингу «Топ-1000 компаній України»

Компанія	2022		2023		2024		Відхилення 2024 р. (+,-) від			
	Рейтинг	Галузевий рейтинг	Рейтинг	Галузевий рейтинг	Рейтинг	Галузевий рейтинг	2022		2023	
							Рейтинг	Галузевий рейтинг	Рейтинг	Галузевий рейтинг
ТОВ «ФТД-Ритейл»	123	2	107	2	100	1	+23	0	+7	+1
ТОВ «Приватінвест»	588	6	503	5	349	3	+239	+1	+154	+2
ТОВ «Алло»	282	3	176	3	137	2	+145	0	39	+1
ТОВ «Максішоп»	418	4	496	4	-	-	-	-	-	-
ТОВ «Комфі Трейд»	69	1	49	1	-	-	-	-	-	-
ТОВ «НПП»	495	5	546	6	449	4	+46	-1	+97	+2

Джерело: розраховано авторами за даними [8]

Аналіз рейтингових позицій торговельних мереж у сегменті компаній України з чистим річним доходом понад 1 млрд грн за 2022–2024 рр. дозволяє виявити як загальні тенденції підвищення конкурентоспроможності, так і асиметричність розвитку окремих ринкових гравців. ТОВ «ФТД-Ритейл» (Foxtrot) підвищило загальну позицію з 123 місця у 2022 р. до 100 у 2024 р. (+23 позиції) та зайняло 1 місце у галузевому рейтингу, що відображає його лідерство у сегменті. ТОВ «Приватінвест» покращило результат з 588 до 349 місця (+239 позицій) і піднялося з 6-го до 3-го місця у галузевому рейтингу, що свідчить про суттєве посилення ринкових позицій. ТОВ «Алло» підвищило загальний рейтинг з 282 до 137 місця (+145 позицій) та галузевий — з 3-го до 2-го місця, що вказує на стабільне розширення присутності на ринку. ТОВ «НПП» (MoYu) має коливальну динаміку: зниження з 495 до 546 місця у 2023 р. з подальшим покращенням до 449 у 2024 р., що в сумі відповідає зростанню на 46 позицій відносно 2022 р. Натомість ТОВ «Максішоп» (Citrus) і ТОВ «Комфі Трейд» (Comfy) втратили представленість у рейтингу 2024 р., що може бути пов'язано зі змінами фінансових показників або критеріями відбору. У цілому результати підтверджують посилення концентрації ринку та нерівномірний характер розвитку його ключових учасників.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну суттєво ускладнило функціонування мереж роздрібної торгівлі побутовою технікою та електронікою, спричинивши втрату або тимчасове закриття частини торгових об'єктів у більшості досліджуваних компаній на початковому етапі війни. Водночас упродовж останніх двох років простежується поступове відновлення ринку, що проявляється у відкритті нових та модернізації наявних магазинів, а також у зростанні фінансових результатів підприємств галузі.

Сучасна структура споживчого попиту значною мірою відповідає моделі «ринку заміни», за якої придбання техніки здійснюється переважно у разі виходу з ладу наявних пристроїв, а не з метою планового оновлення асортименту. Разом із тим спостерігається формування додаткового попиту з боку внутрішньо переміщених осіб, які внаслідок вимушеної міграції потребують базового відновлення побутових умов, що поступово стимулює зростання обсягів споживчих закупівель для забезпечення мінімального рівня комфорту в нових місцях проживання. Останні роки також відзначився зростанням попиту на товари, призначені для подолання темряви та обігрівачі. Ця ситуація спричинена постійними

відключеннями електроенергії, викликаними обстрілами енергетичної інфраструктури в Україні.

Отже, дослідження засвідчило, що ринок побутової техніки та електроніки України є висококонкурентним і динамічним, із домінуванням омніканальних торговельних мереж та активною цифровою трансформацією. Водночас воєнні умови суттєво вплинули на структуру попиту, логістику та розвиток роздрібних мереж, але не зупинили адаптаційні процеси в галузі. Загалом ключові гравці мають різноспрямовану динаміку розвитку, що потребує посилення стратегічного маркетингу та управління з орієнтацією на цифрові маркетингові інструменти для підвищення конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Боровик Т.М., Брусенцева О.А. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства шляхом впровадження цифрових технологій. *Економіка: реалії часу*. 2025. № 5 (81). С. 25-35. DOI: 10.15276/ETR.05.2025.3 DOI: 10.5281/zenodo.17501885 <https://economics.net.ua/581-2> (дата звернення 01.05.2026 р.).
2. ТОВ «ФТД-Ритейл». URL: <https://opendatabot.ua/c/43890029> (дата звернення 05.05.2026 р.).
3. Мальцева Р. Підсумки роботи COMFY у першому півріччі 2025 року: +19% виторгу та майже 1 мільярд гривень податків. – URL: <https://blog.comfy.ua/ua/pidsumki-roboti-comfy-u-pershomu-pivrichchi-2025-roku-19-vitorgu-ta-majzhe-1-milyard-griven-podatviv/> (дата звернення 07.05.2026 р.).
4. Торгова мережа MOYO. MOYO офіційний веб-сайт. URL: https://www.moyo.ua/ua/trade_network.html (дата звернення 05.05.2026 р.).
5. Хто ми. Allo офіційний веб-сайт. URL: <https://work.allo.ua/about-us/> (дата звернення 05.05.2026 р.).
6. Мережа магазинів Цитрус відзначила 24 роки. NV. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/citrus-svyatkuye-24-y-den-narodzhennya-z-vidomimi-shef-kuharyami-ta-vidkrivaye-novi-magazini-50436130.html> (дата звернення 07.05.2026 р.).
7. Інтернет-магазин Brain. Про компанію. Brain офіційний веб-сайт. URL: <https://brain.com.ua/ukr/about/> (дата звернення 07.05.2026 р.).
8. Рейтинг компаній «Топ-1000». URL: <https://top-1000.com.ua/> (дата звернення 05.05.2026 р.).

УДК; 658.5

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУР: МОДУЛЬНІ РІШЕННЯ НА БАЗІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Рената Вівчар

Vivcharrenata04@gmail.com

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж

м. Черкаси

Науковий керівник: канд.техн.наук Наталія Хлебнікова

Сучасний мережевий бізнес, незалежно від сегмента (ритейл, громадське харчування чи сфера послуг), зіштовхується зі зростанням складності управління розподіленими потоками товарів. Традиційні лінійні моделі постачання, що базуються на застарілих методах розрахунку середніх значень, виявляють недостатню ефективність у періоди ринкової турбулентності. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю імплементації інтелектуальних систем, що