

ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Євсюкова О.О., гр. БАЗ-40м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.О. Зубков**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Нові виклики для діяльності підприємств торгівлі в умовах карантинних обмежень, обумовили необхідність трансформації їхніх бізнес-моделей, ключовими тенденціями яких стали розвиток мультиформатності та омніканальності

Мультиформатність. Обмеження на пересування населення в умовах карантину обумовило доцільність відкриття торговельних об'єктів у місцях їхнього проживання або роботи. У таких умовах однією з тенденцій на ринку роздрібною торгівлі серед великих ритейлерів стало впровадження поряд з традиційними для них форматами мініформатів. Так, «Ашан» минулого року запустив Pick Up Point, що передбачає відкриття невеликих за площею магазинів біля 50 кв. м., а для відвідувачів запропоновано планшети для онлайн-замовлень товарів з магазинів «Ашан», зона pick up для отримання інтернет-замовлень, облаштована зона для кави-брейк, наявність каси самообслуговування. Але магазини мініформату відкрили також торговельні мережі Varus під брендом Varus To Go, Novus, під брендом Mi Market, ГК Fozzy під брендом Foody.

Омніканальність. Установлені обмеження у роботі підприємств торгівлі в умовах карантину актуалізували проблему розвитку дистанційних каналів комунікації та продажів. Розвиток сегмента онлайн-торгівлі на ринку продуктового ритейлу істотно трансформує споживчий досвід, відкриваючи, з одного боку, нові перспективи для ритейлерів і брендів із взаємодії зі споживачем, а з іншого – формує нові виклики, пов'язані з можливостями впливу на споживчу поведінку і вибір. Майже всі торговельні мережі протягом минулого року запровадили онлайн-магазини та різноманітні сервіси замовлень та пакування товарів онлайн. Наприклад, «Ашан» запустив формат Ашан Drive в Україні, який передбачає можливість здійснення замовлень онлайн. Усі товари збираються пакувальниками видаються клієнту на облаштованій парковці. Схожа послуга діє також в Metro під назвою Metro drive. Долучилися у якості партнерів сервісу Zakaz.ua торговельні мережі Varus та ЕКО маркет. Також низка торговельних мереж розширила співпрацю з сервісом доставки Glovo, розвивали власні служби доставки.