

3. Houston C. 2016 Promotional Product Trends to Inspire Your Marketing. URL: <https://www.godelta.com/blog/2016promotional-product-trends> (дата звернення: 07.10.2023).

4. Direct Marketing. URL: <https://mailchimp.com/marketing-glossary/direct-marketing/>(дата звернення: 07.10.2023).

5. Olga Belik. What is Direct Marketing? And How Can You Use It for Your Business? URL: <https://netpeak.net/blog/what-is-direct-marketing-and-how-can-you-use-it-for-your-business/> (дата звернення: 07.10.2023).

ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Шмиглюк Є.Г., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.О. Кавун-Мошковська**
Державний торговельно-економічний університет

Наслідки українсько-російської війни відчуються в усіх сферах, включно з роздрібною торгівлею. Війна впливає на імпорт та експорт товарів через перешкоди в транспортних маршрутах, збільшення тарифів, а також загрозу для безпеки та інші обмеження. Вона може спричинити руйнування інфраструктури, включаючи торговельні об'єкти.

Воєнні дії призводять до економічної нестабільності, що має негативний вплив на рівень зайнятості та доходи населення. Це зменшує рівень купівельної спроможності споживачів. Наслідки війни є дуже руйнівними, але українські ритейлери змогли адаптуватися до цих умов і стати ще сильнішими компаніями.

Розглянемо певні тенденції, які з'явилися на ринку роздрібною торгівлі і залишаються у повоєнний період [1]:

- E-commerce продовжує зростати за всіма регіонами та секторами.

- Цифровізація – як в сфері покращення ланцюгів постачань та аналізу поведінки споживачів, так і поширення у роздрібній торгівлі.

- Застосування моделі омніканальності.

- Підвищення ефективності ланцюжка поставок.

Саме ці тренди допоможуть у відновленні та розвитку ритейлу у повоєнний час.

Електронна комерція продовжує набирати обертів. Якщо у 2021 році обсяг роздрібних продажів електронної комерції у всьому світі становив приблизно 5,2 трильйона доларів США, то згідно

з прогнозами, в найближчому майбутньому ця цифра зросте на 56% і до 2026 року сягне приблизно 8,1 трильйона доларів [2].

E-commerce може бути важливим важелем підтримки економічного відновлення та розвитку в післявоєнний період, оскільки вона може стати ефективним напрямом залучення інвестицій через можливість отримання доступу до нових ринків, впровадження цифрових технологій, підвищення рівня інновацій у сфері роздрібно́ї торгівлі.

Для споживачів електронна комерція надає можливість здійснювати покупки в будь-який час, не виходячи з дому. Це зручно та безпечно, особливо в умовах післявоєнного відновлення, коли можуть бути обмеження щодо відвідування традиційних торговельних об'єктів або проблеми з інфраструктурою.

Цифрові інновації, такі як онлайн-магазини, платформи електронної комерції, а також системи управління товаропотоками, забезпечують гнучкість та підвищують ефективність бізнес-процесів. Це особливо важливо в умовах відновлення.

Наступним важливим трендом є зростання омніканальності. Йому сприяє його комфортний для покупця механізм: подивився в інтернеті, вибрав, забронював або заплатив, забрав з магазину з можливістю доторкнутися руками, приміряти/подивитися і прийняти остаточне рішення [3].

Омніканальний підхід дозволяє споживачам обирати той спосіб покупки, який їм найбільше підходить, забезпечуючи можливість онлайн-покупок та взаємодії з продавцями.

Модель омніканальності дозволяє бізнес-структурам працювати через різні канали взаємодії з клієнтами, такі як фізичні магазини, онлайн-платформи, мобільні додатки тощо. Це створює гнучкість та адаптивність, особливо в умовах, коли деякі канали можуть мати обмеження доступу.

За три місяці активних бойових дій ритейлерам, виробникам та власне перевізникам довелося повністю перебудувувати свою роботу, бо вже з кінця лютого 2022 р. морські шляхи виявилися заблокованими, а швидке просування окупантів, в тому числі до столиці, унеможливило доступ до багатьох місць зберігання товарів та втрати частини складів з товаром [4].

Тому, важливим етапом відновлення та розвитку ритейлу є відновлення логістичної інфраструктури та підвищення ефективності управління ланцюгами постачання.

Підвищити ефективність можна шляхом впровадження цифрових технологій: система управління запасами, програма

прогнозування попиту та автоматизовані платформи для обробки замовлень. Це допомагає уникнути помилок, оптимізувати запаси та підтримувати ефективну логістику.

Ефективне управління транспортом та вибір правильних транспортних рішень можуть зменшити час доставки та витрати. Тут також можна застосовувати цифрові рішення, наприклад TMS (систему управління транспортуванням).

Важливим етапом є розвиток промислових парків і логістичних комплексів у великих містах. В перспективі може бути будівництво певних комплексів інфраструктури, які включають в себе: пакування, зберігання, сортування та відвантаження продукції.

Відновлення та розвиток транспортної інфраструктури (дороги, залізниці, порти, аеропорти) є критично важливим для поліпшення логістичних можливостей. Інвестиції в модернізацію та розширення існуючих систем транспорту сприятимуть швидшій та ефективній доставці товарів.

Також розвинена логістика дозволяє ритейлерам впроваджувати омніканальні стратегії, де фізичні магазини, онлайн-платформи та інші канали інтегруються в єдину екосистему.

Таким чином, для відновлення та розвитку ритейлу у повоєнний період потрібно розвивати електронну комерцію, яка дозволить ритейлерам створити гнучкі та легкодоступні платформи для продажу товарів та послуг.

Звичайно важливою є і цифровізація бізнесу, яка є ключовим аспектом відновлення та розвитку ритейлу у повоєнний період, оскільки цифрові рішення дозволяють впроваджувати омніканальний підхід, об'єднуючи офлайн та онлайн, автоматизувати бізнес-процеси, аналізувати великі масиви даних, оптимізують управління ланцюгами постачання і як результат, підвищують ефективність діяльності підприємств.

Інформаційні джерела

1. Дослідження про основні тренди ритейлу.
URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/doslidzhennya-pro-osnovni-trendy-rytejlu-2023-yes-ta-svitu/>

2. Тренди ритейлу 2023. URL: <https://www.c4r.eu/ukr/blog/trendy-riteyla/trendy-riteyla-2023/>

3. Онлайн або офлайн? Український ритейл в пошуку балансу.
URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/riteyl-v-poiske-balansa-50059081.html>

4. Довезти й повернутися: як логістичні оператори співпрацюють з ритейлом під час війни. URL: <https://rau.ua/dosvid/logistichni-operatori-pid-chas-vijni/>