

УКРАЇНСЬКІ ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ

Media Intelligence Report

Серпень 2026 року

Підготовлено за методологією

InfoStream Media Intelligence Framework (IMIF) v1.1

Джерельна база: медіарейтинг українських торговельних мереж за 01–31.08.2026 та інформаційне зведення за серпень 2026 року.

Статистичний і тематичний блоки належать до одного звітного періоду.

Анонс

У серпні 2026 року 16 торговельних мереж, включених до рейтингу, отримали 9,642 згадувань проти 3,722 у липні, що відповідає приросту на 159.1%. На п'ятірку лідерів - Епіцентр, Фоззі-Фуд, Rozetka, Новус Україна та Varus - припало 76.9% усіх згадувань. Епіцентр сформував 23.7% поля, Фоззі-Фуд - 20.0%, Rozetka - 13.7%.

Найбільше структурне зрушення рейтингу - вихід Rozetka та Новус Україна до першої п'ятірки й падіння ВОГ Рітейл з 1-го на 8-ме місце. У відносних темпах найбільше зросли Rozetka (+1304%), Новус Україна (+885%), Фоззі-Фуд (+539%) та ЕКО-маркет (+324%). Ашан Україна (-16%) і ВОГ Рітейл (-66%) скоротили медіаприсутність.

Головною темою серпня стала фізична вразливість логістичної інфраструктури ритейлу. Масована атака 5 серпня уразила об'єкти Rozetka, Fozzy Group, NOVUS, Епіцентру та інших компаній. У тематичному масиві сюжети про атаки, склади й логістику становлять близько 86% сумарного обсягу 30 відібраних сюжетів. Інформаційний фокус змістився від звичайної конкуренції мереж до безперервності постачання, безпеки персоналу, втрат складських потужностей і вартості перебудови логістики.

Стратегічна реакція сектору - перехід від великих централізованих розподільчих центрів до мережі менших хабів, резервних майданчиків і прямих поставок. Така модель підвищує стійкість, але збільшує операційні витрати. Найуразливішою ланкою є холодова логістика: у Києві та області, за оцінками з дайджесту, знищено 80–100 тис. кв. м холодильних складів, а доступні резервні площі покривають лише 20–30% втрачених потужностей.

Окремі корпоративні наслідки: Rozetka після втрати найбільшого складу оголосила оптимізацію штату і прискорену трансформацію бізнес-моделі на користь маркетплейсу; логістичний центр NOVUS після кількох прямих влучань припинив роботу та почав перерозподіл запасів; Fozzy Group втратила два розподільчі центри. На рівні політики формується запит на пільгове кредитування, державні гарантії та страхування воєнних ризиків.

1. Методологія

Звіт побудовано за IMIF v1.1: аналіз статистики згадувань, рейтинг і динаміка, кватильна кластеризація, тематичний аналіз серпневого дайджесту, аналіз джерел, репутаційні ризики та можливості, стратегічні висновки і прогноз. Тематичні частки на рис. 5 розраховано як суму показників «Обсяг сюжету» для 30 сюжетних кластерів дайджесту після експертного віднесення до чотирьох тематичних груп. Це показник ваги сюжетів у добірці, а не число унікальних публікацій.

2. Загальна характеристика інформаційного поля

У рейтинговому масиві зафіксовано 9,642 згадувань 16 мереж. Порівняно з липнем сукупна кількість зросла на 5,920, або на 159.1%. Два лідери формують 43.7% поля, перша п'ятірка - 76.9%, перша десятка - 95.1%.

Структура медіаполя, серпень 2026

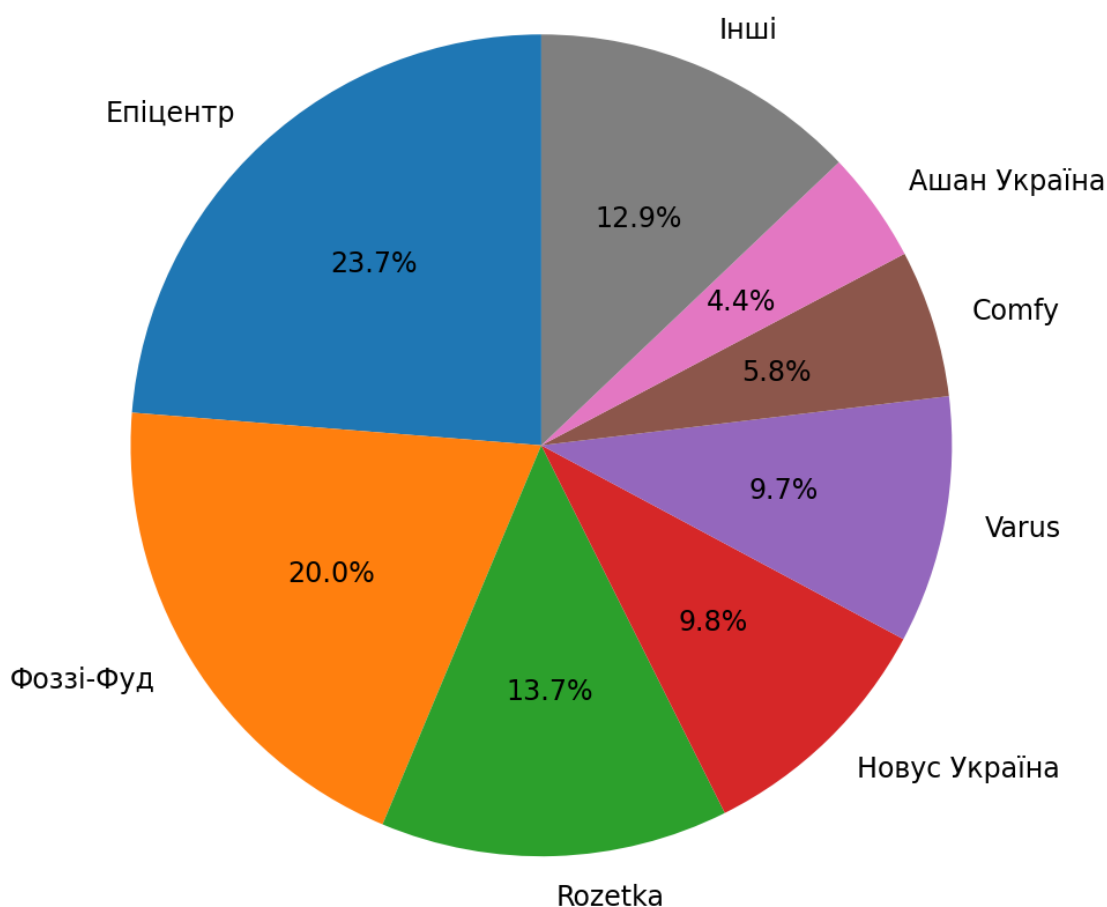


Рис. 1. Структура медіаполя українських торговельних мереж, серпень 2026.

3. Рейтинг об'єктів моніторингу

Місце	Мережа	Серпень	Липень	Частка, %	Δ	Δ, %
1	Епіцентр	2288	781	23.7	+1507	+193.0
2	Фоззі-Фуд	1924	301	20.0	+1623	+539.2
3	Rozetka	1320	94	13.7	+1226	+1304.3
4	Новус Україна	946	96	9.8	+850	+885.4
5	Varus	938	297	9.7	+641	+215.8
6	Comfy	560	152	5.8	+408	+268.4
7	Ашан Україна	422	505	4.4	-83	-16.4
8	ВОО Рітейл	380	1113	3.9	-733	-65.9
9	АТБ-Маркет	226	63	2.3	+163	+258.7
10	Foxtrot	168	79	1.7	+89	+112.7
11	Рітейл Груп	129	59	1.3	+70	+118.6
12	ЕКО-маркет	123	29	1.3	+94	+324.1
13	Citrus	83	40	0.9	+43	+107.5
14	Нова Лінія	67	60	0.7	+7	+11.7
15	Metro Cash&Carry	36	19	0.4	+17	+89.5
16	Allo	32	34	0.3	-2	-5.9

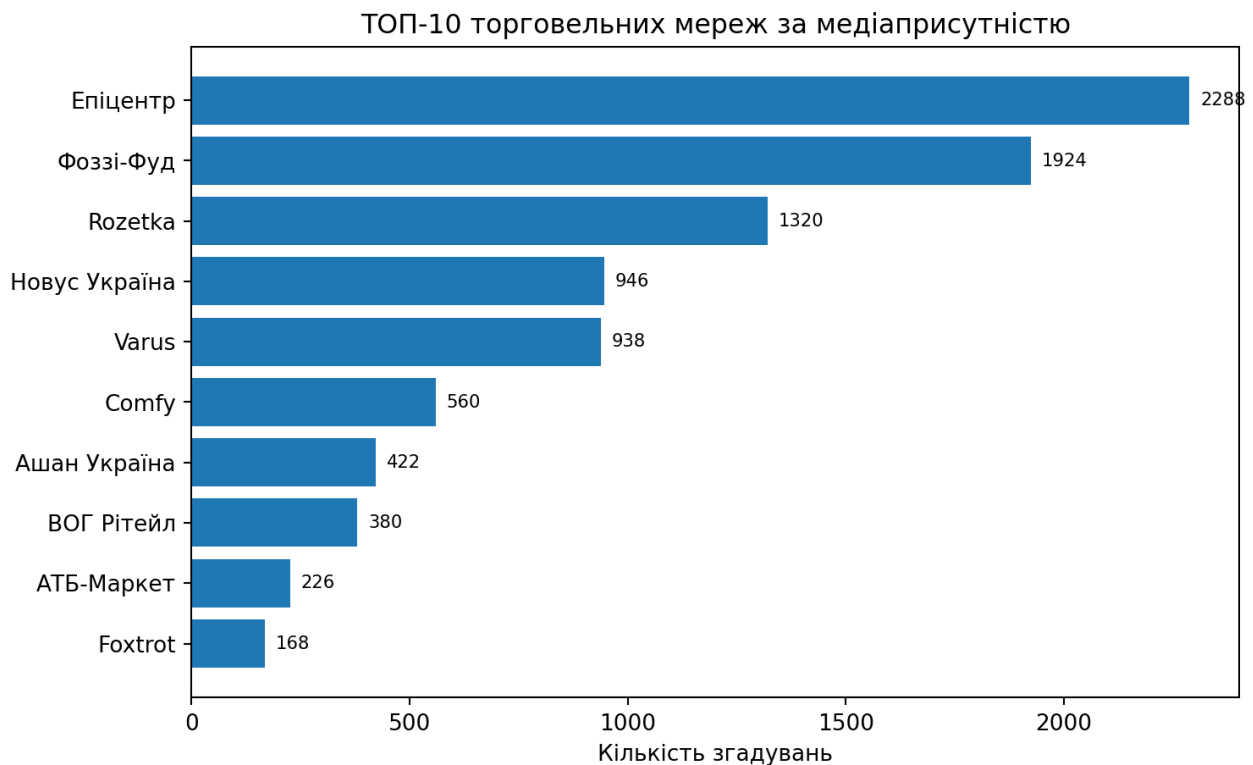


Рис. 2. ТОП-10 об'єктів моніторингу.

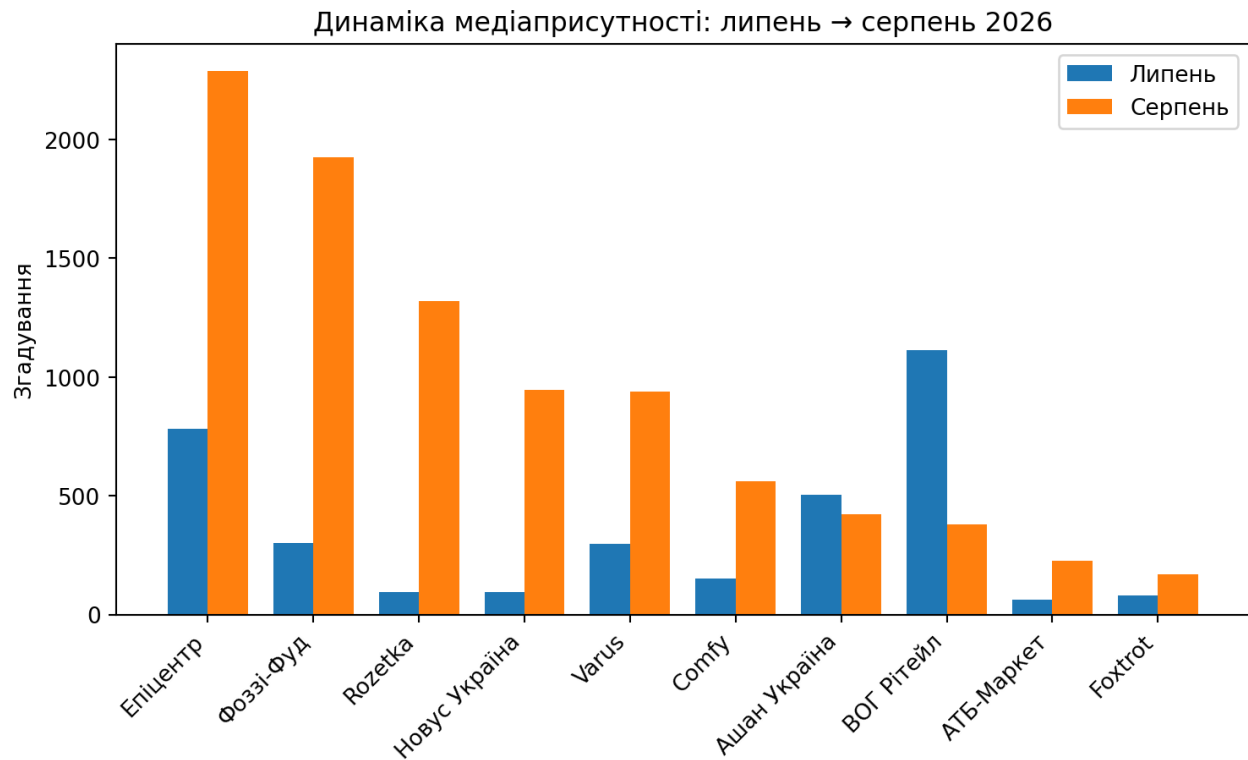


Рис. 3. Динаміка порівняно з попереднім періодом.

4. Кластеризація

Кластер А — доміанти медіаполя

Епіцентр (2288), Фоззі-Фуд (1924), Rozetka (1320), Новус Україна (946).

Кластер В — висока медіаприсутність

Varus (938), Comfy (560), Ашан Україна (422), ВОГ Рітейл (380).

Кластер С — стабільна присутність

АТБ-Маркет (226), Foxtrot (168), Рітейл Груп (129), ЕКО-маркет (123).

Кластер D — нішеві об'єкти

Citrus (83), Нова Лінія (67), Metro Cash&Carry (36), Allo (32).

Квартильні межі: $Q1 \approx 113$, медіана ≈ 303 , $Q3 \approx 940$ згадувань. Кластер А одночасно характеризується високим абсолютним рівнем уваги та, для більшості його учасників, різким приростом у серпні. Це узгоджується з тематичним дайджестом: саме великі мережі опинилися в центрі висвітлення атак на логістичні об'єкти.



Рис. 4. Кластерна карта: медіаприсутність і темп зміни.

5. Тематична структура інформаційного поля

Серпневий дайджест має виразну концентрацію на безпеково-логістичній тематиці. Найбільший сюжет - вплив ударів по складах і логістиці на ціни - має обсяг 1178. Далі йдуть сюжети про удари по складах Київщини, анонімні листи бізнесу з пропозиціями «захисту» від атак, прямі влучання у логістичний центр NOVUS, порожні полиці та зростання витрат, наслідки атаки 5 серпня для Fozzy Group, Rozetka, Епіцентру та інших компаній.

У структурі 30 відібраних сюжетів група «атаки, склади, логістика» становить приблизно 86% сумарного показника «Обсяг сюжету». Другий рівень - ціни, асортимент і доступність товарів. Корпоративно-ринкові сюжети включають трансформацію Rozetka, фінансові результати ритейлерів, банкрутство «Геркулеса», рекламну конкуренцію з Епіцентром та партнерство Rozetka у культурному проєкті Ukraine WOW.

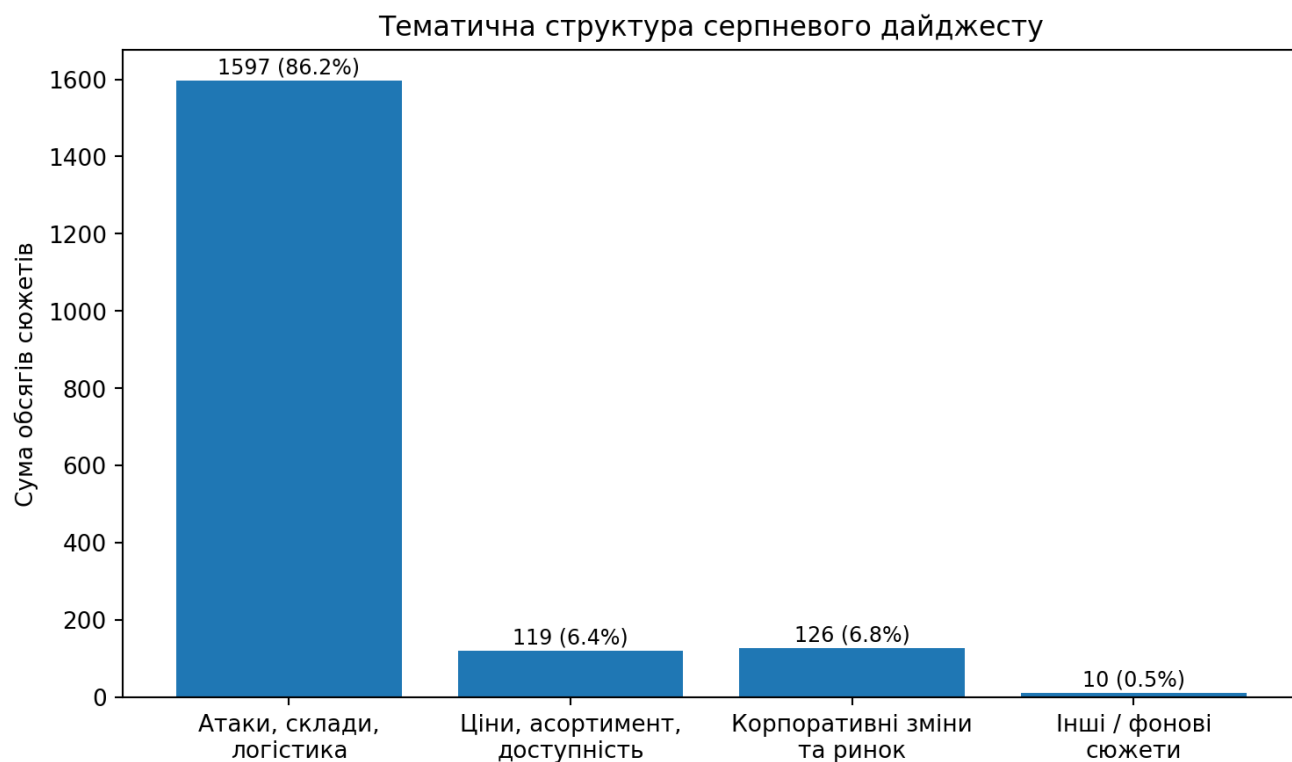


Рис. 5. Тематична структура серпневого дайджесту за сумарним показником «Обсяг сюжету».

6. Головні інформаційні події серпня

Масована атака 5 серпня на логістичну інфраструктуру — дуже висока значущість

Уражено або знищено об'єкти Fozzy Group, NOVUS, Rozetka, Епіцентру, Нової пошти та інших компаній. Для сектору це системна подія, що одночасно вплинула на операційну стійкість, безпеку персоналу, товарні запаси та медіаприсутність найбільших мереж.

Перебудова логістики і дефіцит складських потужностей — дуже висока значущість

Найгостріша проблема - холодова логістика Києва й області. Дайджест наводить оцінку втрати 80–100 тис. кв. м холодильних складів; резервні потужності покривають лише 20–30% втрат. Перехід до дрібніших хабів підвищує стійкість, але збільшує логістичні витрати приблизно на 10–15%.

Ціни та доступність товарів — висока значущість

Інформаційне поле містить два паралельні наративи: експертні попередження про інфляційний тиск через дорожчу логістику та офіційну позицію про відсутність системного дефіциту і різкого стрибка цін. Для комунікацій ритейлу критично розрізняти локальний перебіг, скорочення асортименту та загальний дефіцит.

Rozetka: кадрова оптимізація і трансформація бізнес-моделі — висока значущість

Після знищення найбільшого складу в Броварах, де працювало понад 1000 людей, компанія повідомила про часткове скорочення персоналу, переведення більшості працівників на інші

об'єкти та прискорений перехід до моделі з меншою часткою власних продажів і більшим акцентом на маркетплейс.

NOVUS і Fozzy Group: безперервність після втрати РЦ — висока значущість

NOVUS після кількох прямих влучань зупинив роботу логістичного центру та почав перерозподіляти запаси. Fozzy Group втратила два розподільчі центри; у публікаціях фіксуються тимчасові перебої зі свіжими й охолодженими товарами.

Запит на державну підтримку і страхування — середня/висока значущість

У публічному полі обговорюються дешеві кредити, портфельні гарантії, поширення програми «5-7-9%» на великий бізнес та окрема програма страхування воєнних ризиків для нових логістичних об'єктів.

7. Аналіз джерел

Найактивнішими джерелами рейтингового масиву були MY.UA (309 згадувань), New Voice (216), РБК-Україна (210), Delo.ua (209), ZOV Киев (204), Знай.UA (181), ЛІГАБізнесІнформ (178), Forbes Ukraine (151), 24 канал і Фокус (по 142). У серпневому дайджесті центральні теми підтримували Апостроф, Главком, Громадське радіо, AIN.ua, ЛІГАБізнесІнформ, Контракти.UA, Новини Live, РБК-Україна, ТСН.ua та інші ресурси.

Карта середовища має три виразні контури: загальнонаціональні новинні медіа, ділові/економічні видання і галузево-ритейлові ресурси. Через масштаб атак тема торговельних мереж вийшла за межі бізнес-рубрики й стала частиною загальнонаціонального безпекового та соціально-економічного порядку денного.

8. Репутаційні ризики та можливості

Тема	Ризик	Можливість	Комунікаційний акцент
Фізичні атаки на РЦ і склади	Дуже високий	Висока	Безпека людей, резервування, швидкість відновлення
Холодова логістика	Високий	Висока	Резервні хаби, нові маршрути, пріоритет базових категорій
Ціни та локальна відсутність товарів	Високий	Середня	Відрізняти локальні перебої від системного дефіциту
Кадрові скорочення після втрат	Середній/високий	Середня	Прозоро пояснювати переведення, підтримку працівників і зміну моделі
Децентралізація логістики	Низький	Дуже висока	Показувати як підвищення стійкості та безперервності
Кредити, гарантії, страхування	Низький	Висока	Формувати спільну позицію сектору щодо інструментів відновлення
Шахрайські/психологічні листи про «захист» від атак	Середній	Середня	Єдина позиція: не реагувати, передавати інформацію компетентним органам

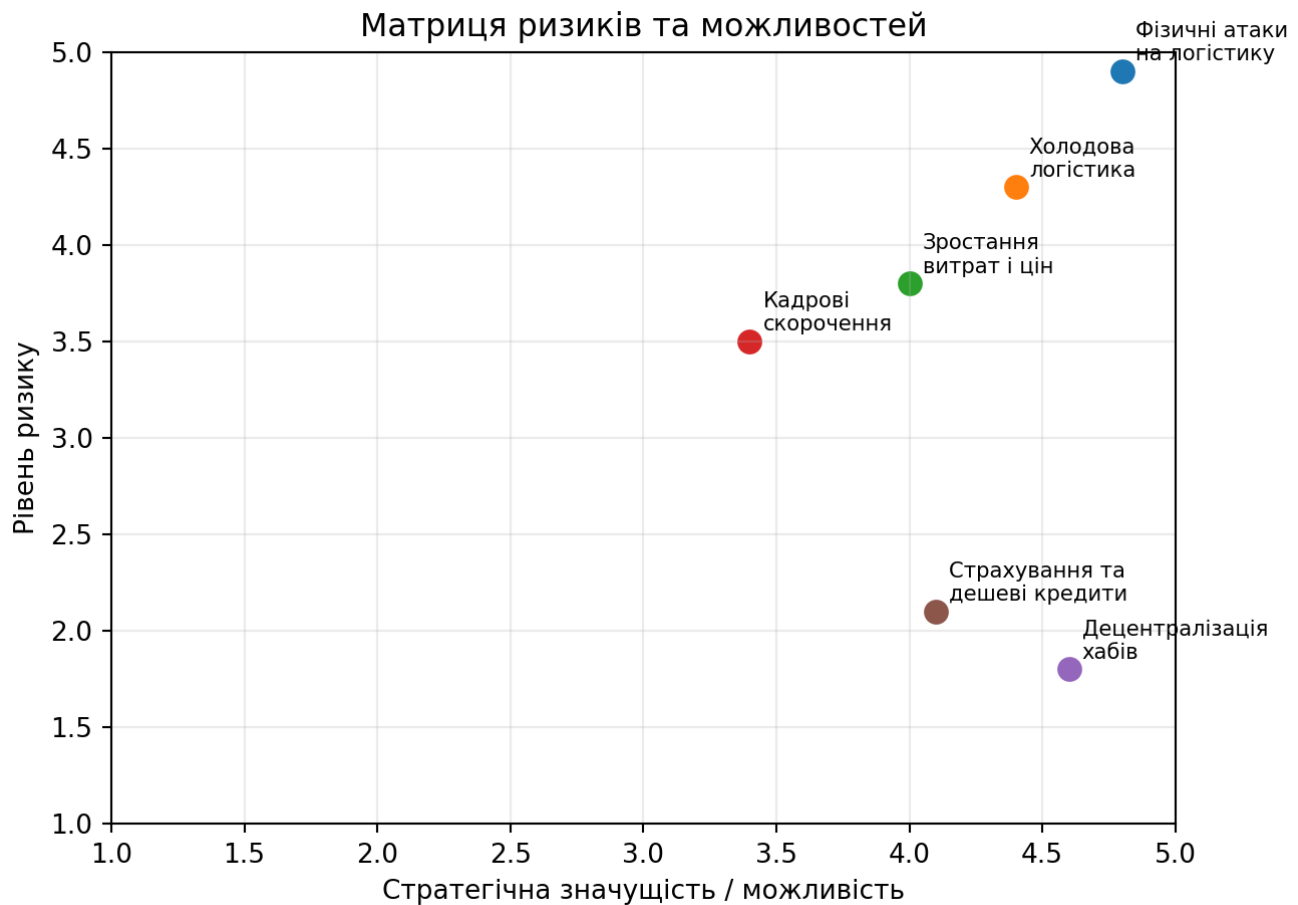


Рис. 6. Матриця ризиків та можливостей.

9. Стратегічні висновки

- Серпнєве зростання медіаприсутності найбільших мереж значною мірою пов'язане з надзвичайною подією - масштабними ударами по логістичній інфраструктурі, а не з маркетинговою активністю.
- Розподільчий центр перетворився з операційного активу на один із головних факторів стратегічного ризику; централізація підвищує ефективність у мирний час, але створює критичну точку відмови під час війни.
- У секторі формується перехід до децентралізованої логістики: менші хаби, резервні майданчики, альтернативні маршрути, регіональний перерозподіл запасів і прямі поставки.
- Найскладніше швидко відновити холодову логістику; саме вона може створювати найдовші локальні перебої та найбільший тиск на витрати.
- Репутація мереж дедалі більше залежить від здатності забезпечити безпеку персоналу, прозоро пояснювати перебої і демонструвати реальні механізми безперервності роботи.
- Для держави й бізнесу формується спільний порядок денний: воєнне страхування, дешеві кредити, гарантії, прискорене відновлення складської інфраструктури та кадрове забезпечення логістики.

10. Прогноз на наступний звітний період

Найімовірніше, у вересні інформаційний порядок денний залишатиметься наслідком серпневих атак. Основними темами будуть відновлення та заміщення складських потужностей, децентралізація логістики, доступність окремих категорій товарів, динаміка цін, кадрові рішення після втрат, компенсації й страхування, а також державні програми підтримки великого бізнесу.

Найімовірніші ньюзмейкери: Епіцентр, Фоззі-Фуд/Сільпо/Фора, Rozetka, NOVUS, АТБ, Varus, профільні асоціації, урядові структури та експерти з логістики. Основний ризик - повторні удари по вже перебудованих ланцюгах постачання або дефіцит резервних холодильних площ. Основна можливість - продемонструвати перехід від реактивного відновлення до системної моделі стійкості.

Додаток. Базові показники та обмеження

Медіарейтинг сформовано на основі аналізу 2 231 467 публікацій із 3 272 українських інтернет-ЗМІ. Технологія InfoStream, відповідно до рейтингового файлу, забезпечує моніторинг у режимі реального часу з 10 тисяч українських і зарубіжних вебсайтів.

У тематичному дайджесті 30 сюжетів мають сумарний показник «Обсяг сюжету» 1852. Із них до групи атак, складів і логістики віднесено 1597 (86,2%); до цін, асортименту та доступності - 119 (6,4%); до корпоративних змін і ринкових сюжетів - 126 (6,8%); до фонових/нерелевантних для сектора сюжетів - 10 (0,5%). Через можливе тематичне перетинання сюжетних кластерів ці значення слід трактувати як структуру дайджесту, а не як частки всіх унікальних публікацій.