

Головна » Аналітика » Статті

Відома мережа магазинів "біля дому" на порозі банкрутства: що чекає на ритейлера

17:43 24.06.2026 Ср

 **ІРИНА КОСТУЧЕНКО**

🕒 7 хв

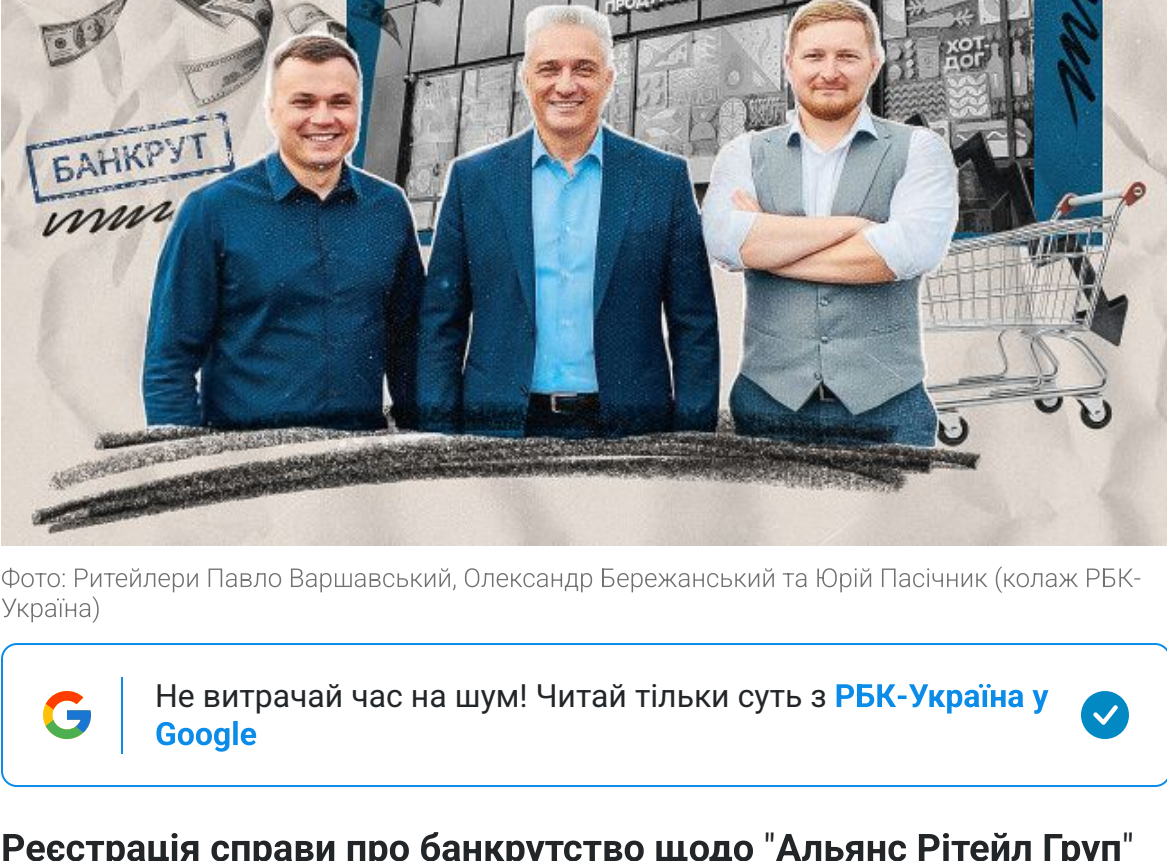


Фото: Ритейлери Павло Баршавський, Олександр Бережанський та Юрій Пасічник (коллаж РБК-Україна)

Не витрачай час на шум! Читай тільки суть з РБК-Україна у Google

Рестрація справи про банкрутство щодо "Альянс Рітейл Груп" ставить крапку в історії агресивного зростання мережі зі 170 магазинів за чужі кошти. Подія сигналізує про початок активних процесів перерозподілу та поглинань у вітчизняному продуктовому ритейлі.

Великі гравці починають полювання на слабші регіональні мережі. Хто готовий купувати, а хто стане наступною мішенню для поглинання – у матеріалі РБК-Україна.

>

Головне:

- **АРГ збанкрутувала через гонитву за масштабом:** 67 нових магазинів за рік обернулися боргами понад 400 млн грн.
- **Більшість регіональних мереж працюють на межі рентабельності:** будь-який збій у грошовому потоці може стати критичним.
- **Великий переділ розпочався:** ринок злиття та поглинань у секторі за січень-березень перевищив 1 млрд доларів, слабкі мережі перетворюються на мішені для поглинання.
- **Капітал іде на Захід:** найвищий приріст обороту роздрібної торгівлі за перші чотири місяці 2026 року показала Рівненщина – 35%, не відстають Хмельницьчина – 28% та Франківщина – 26%.
- **Під час війни перемагає локальність:** формат "магазин біля дому" витісняє класичні супермаркети, а лідери наращують сотні нових точок органічно або через поглинання.

Великий ривок, велике падіння: що вбило АРГ

Компанія з'явилася у Вінниці у 2021 році та об'єднала під одним управлінням бренди **Mashket**, **"Домашній маркет"**, **Osнова** і **PRO Просто продукти**. У 2023 році виторг сягнув 715 млн грн, однак бізнес завершив рік зі збитком 6,8 млн грн – першим сигналом майбутніх проблем.

У 2024 році мережа зробила ставку на агресивне зростання. За рік АРГ відкрила 67 нових магазинів, намагаючись конкурувати з лідерами ринку за темпами експансії. Виторг зріс на 70% – до 1,22 млрд грн, але борги одночасно підскочили зі 152 млн до 328 млн грн.

Читайте також: Популярна мережа супермаркетів оголосила про закриття: що відомо

проба виправити ситуацію у 2025 році результату не дала. До бізнесу долучили чернівецького підприємця Віталія Павлика та його мережу LIGA PRIM, однак фінансові показники продовжили погіршуватися. Дохід АРГ скоротився на 35% – до 789 млн грн, штат зменшився з 442 до 264 працівників, а боргове навантаження зросло до 408 млн грн.

Фактично компанія стала прикладом того, як стрімке масштабування без належного фінансового запасу міцності може перетворити швидке зростання на шлях до банкрутства.

Хронічна хвороба: низька маржа та кредитне плече

Більшість регіональних гравців працюють із рентабельністю продукції 20-30%, але чистий прибуток – нерідко 0,05-1%. Майже весь дохід поглинають оборотні засоби й обслуговування боргу.

Модель проста й небезпечна: відкриваєш нові точки не за власні, а за гроші постачальників і банків. Поки обіг стабільний – все ніби як ведеться. Будь-яка пауза в грошовому потоці – і піраміда розвалюється. Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів у **Delvi** становить 55,27, у **Пчілці Маркет** – 57,59.

Різниця між успішними і ризиковими гравцями – у здатності контролювати ліквідність. Фінансово здорові мережі – **Файно Маркет**, **Копійка**, **Точка** – підтримують баланс власних активів. Копійка фінансує розвиток із прибутку, не беручи кредитів. Delvi з тим самим запалом виходить у нові регіони – і з набагато більшою загрозою для себе.

Де капітал – там і битва: географія конкуренції

Карта конкуренції у продуктовому ритейлі України збігається з розподілом капітальних інвестицій. Київ і область – абсолютні лідери: 241 млрд грн капінвестицій у 2025 році, де 89,5% – власні кошти підприємств. Тут активно конкурують 14 гравців: АТБ, Fozzy Group, NOVUS, VARUS, КОЛО та інші.

Але справжнє життя б'є ключем на Заході. За перші чотири місяці 2026 року приріст роздрібного товарообігу становив: Рівненська – 35%, Хмельницька – 28%, Івано-Франківська – 26%, Закарпатська – 21%.

Читайте також: Ринок РФ захоплюють "магазини для бідних", їх кількість зросла за рік на чверть

"Попри обстріли, бої, відключення електроенергії та нестачу робочої сили, ритейл не лише виживає, а й розвивається", – зазначає **Максим Гаврюшин**, голова Української ради торгових центрів (УРТЦ).

Ігор Гуля, директор GT Partners Ukraine, називає Захід безумовним лідером територіального розвитку ритейлерів. На цей макрорегіон орієнтуються як локальні мережі (Сімі, Близенько, Тано, TORBA), так і всі відомі національні оператори.

Кандидати на поглинання: хто наступний

"Регіональні мережі на 10-50 магазинів – ідеальна ціль для M&A: готова інфраструктура, сформована база, часто власні або довгострокові приміщення", – пояснює **Анна Анісімова**, комерційний директор GDS. Але вони програють конкуренцію з національними гравцями в логістиці, автоматизації та операційній ефективності.

Ймовірні цілі M&A у 2026 році:

- **ЛотОК** – операційний збиток -20,5 млн грн, 80% активів сформовано за рахунок боргів;
- **Пчілка Маркет** – від'ємна платоспроможність при виторгу 2,6 млрд грн;
- **Грош** – ліквідність 0,64 та надвисока фінансова залежність;
- **Тано Маркет** – ризикований актив після розслідування схеми БЕБ щодо 144 ФОП;
- **LIGA PRIM** – падіння виторгу та критична боргова залежність.

Хто поглинає? У березні 2026 року **Копійка** придбала 9 магазинів мережі "Турман". Novus перехопив два львівські об'єкти "Арсену" та один в Івано-Франківську – перший вихід мережі у Львів. Fozzy Group придбала "Бадьорий" (171 магазин) і наращує виторг: у 2025 році – 165,8 млрд грн.

Володарі краю: що буде з ринком

На заході формується потенційний мегагравець. Berta Group Олександра Бережанського вже контролює 40% у ключових структурах TORBA, "Близенько" нараховує 302 магазини, TORBA – 77. Якщо поглинути 170 точок АРГ, утвориться конгломерат із **549 магазинів** – більше, ніж "Сімі" з її 502 точками.

"Сімі", втім, не стоїть на місці: +133 магазини за 2025 рік – абсолютний рекорд ринку. КОЛО з підтримкою BGV Геннадія Буткевича методично завоює столичний регіон і Одесу.

Лідери ринку АТБ і Fozzy Group обрали різні моделі зростання. **АТБ** будує "фортецю" на власній нерухомості (88% магазинів) і зростає органічно: 1320+ точок із планами до 5000. **Fozzy Group** наращує масштаб через поглинання – "Бадьорий", перед цим були "Дніпрянка", "Бумі-Маркет", "Ki".

"Реалістичний сценарій – виражена тріополія в масовому сегменті плюс група регіональних операторів, які виживуть через географічну спеціалізацію. Але повної олігополії не буде", – прогнозує Анна Анісімова.

Банкрутство АРГ – це не аномалія, а вирок моделі зростання за чужий рахунок. Ритейл в Україні входить у фазу жорсткої консолідації. Виживуть ті, хто спирається на власний капітал, а не на кредитні піраміди. Решта або стане частиною чужих портфелів – або просто закриється.

Питання – відповіді (FAQ)

- Чому "Альянс Рітейл Груп" опинилася на межі банкрутства?
- Компанія занадто швидко розширювала мережу, відкриваючи нові магазини за рахунок боргового фінансування.
- Чи означає справа про банкрутство АРГ закриття всіх магазинів?
- Ні. Частина магазинів може продовжити роботу, змінити власника або увійти до складу інших мереж.
- Які мережі можуть купити активи АРГ?
- Серед потенційних покупців називають великих гравців, які активно розширюються через поглинання: Fozzy Group, Novus, Копійку та операторів, пов'язаних із Berta Group.
- Чому Західна Україна стала головним напрямком експансії ритейлерів?
- Регіон демонструє найвищі темпи зростання роздрібної торгівлі та залишається одним із найпривабливіших для інвестицій.
- Що означає консолідація ринку продуктового ритейлу?
- Великі мережі збільшують свою частку через відкриття нових магазинів і поглинання менших конкурентів.
- Чи варто очікувати нових банкрутств серед продуктивних мереж у 2026 році?
- Такий ризик існує. Найбільш вразливими залишаються мережі з великим борговим навантаженням і нестачею власного капіталу.

Оновлено 13 липня 2026 року о 18:20.

Уточнення редакції стосовно показників діяльності мережі "Делві"

У початковій версії цього матеріалу від 24.06.2026 року через технічне узагальнення було допущено неточність щодо показників мережі магазинів "Делві" (ТОВ «ОПТТОРГ-15»). Формулювання про "падіння виторгу" стосувалося виключно іншого згаданого в переліку суб'єкта ринку.

Натомість показники діяльності мережі "Делві" демонструють позитивну динаміку: за даними фінансової звітності ТОВ "ОПТТОРГ-15" за 2025 рік, її дохід зріс на 35,61% порівняно з попереднім роком і склав понад 2,67 млрд грн, а діяльність залишається прибутковою. Текст статті оновлено відповідно до офіційних даних.

Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!

Або читайте нас там, де вам зручно!



Більше по темі:

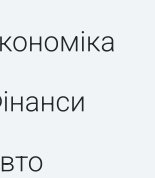
РБК-Україна

Вінниця

Магазини

Реклама

Реклама



НОВИНИ

Новини України
Війна в Україні
Економіка
Світ
Надзвичайні події

ПОЛІТИКА

АНАЛІТИКА

Статті
Інтерв'ю
Точка зору

БІЗНЕС

Економіка
Фінанси
Авто
Tech
Енергетика
Біла економіка

ЖИТТЯ

Гроші
Зміни
Освіта
Суспільство

СПОРТ

Футбол
Баскетбол
Теніс
Бокс

STYLER

Люди
Тренди
Корисне
Смачно
Гороскопи

WAVE

Інсайдер
Стиль
Велнес
Культура
Подорожі
Смэк
Зірки

Про компанію

Розмістити рекламу

Редакційна політика і стандарти

Як стати нашим автором

Правила користування

Правова інформація

Політика конфіденційності

Контакти

Команда

Вакансії в РБК-Україна

Ідентифікатор онлайн-медіа в Реєстрі суб'єктів у сфері медіа – R40-05347
Інформаційний портал «РБК-Україна» має тримовну версію (українську, російську та англійську), і головна сторінка portalu - <https://www.rbc.ua>.
Зображення належать їх правласовникам: всі фотографії на Порталі, авторами яких є журналісти «РБК-Україна», розміщені на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International. Редакція «РБК-Україна» може не поділяти точку зору авторів. Оціночні судження не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості. За достовірність та зміст реклами відповідальність несе рекламодатець. Матеріали, позначені плашкою: «Прес-реліз», «Спецпроект», «Партнерський матеріал», «Голов», «Благодійність», «Резонанс» розміщуються на правах реклами і призначені, як правило, для осіб, які досягли 21 року. «Новина компанії» - це інформаційний формат, що охоплює новина, події та оголошення, пов'язані з діяльністю компаній, базуються на пресрелізах, які випускають самі компанії, і за які редакція не несе відповідальності. Онлайн-медіа «РБК-Україна» призначене для осіб віком від 21 року.

© LLC «RBC MEDIA», 2006-2026.