Володарі полиць. Кому належать АТБ, Сільпо, Novus, Varus та скільки вони заробляють

07:00 31.07.2026 Пт

12 хв

ІРИНА КОСТЮЧЕНКО

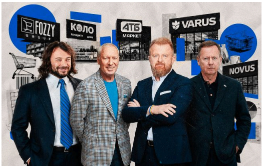


Фото: Кому належать АТБ, Сільпо, Novus, Varus (колаж РБК-Україна)

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

Топ-10 продуктових мереж України формують понад 27% обороту всієї галузі роздрібної торгівлі, генеруючи понад $13,7 млрд виторгу. Попри воєнні виклики, ринок активно консолідується, а великі гравці шукають нові шляхи для зростання: від франшиз у Європі до купівлі конкурентів всередині країни.

Кому належать найбільші продуктові мережі України, скільки вони заробляють та як виглядає наш роздріб на тлі світового лідера Walmart – розбиралося РБК-Україна.

Головне

- **Угода року:** Антимонопольний комітет дозволив співвласникам Varus Руслану Шостаку та Валерію Кіптику придбати 254 магазини мережі "Коло" у Геннадія Буткевича.
- **Беззаперечний лідер:** АТБ утримує першість із виторгом 247,3 млрд гривень та часткою ринку у 40%.
- **Топ-гравці:** найбільші мережі контролюють відомі бізнесмени: Геннадій Буткевич (АТБ), Володимир Костельман (Fozzy Group), Раймондас Туменас (Novus) та Руслан Шостак (Varus).
- **Усі три провідних продуктових ритейлери** – АТБ, Fozzy і Varus є вихідцями з Дніпра.
- **Тренд на мінімаркети:** через війну та режим економії локомотивом ринку стали формати "магазин біля дому" та дискаунтери.
- **Масштаб галузі**: топ-10 продуктових мереж у 2025 році згенерували понад $13,7 млрд, що становить понад чверть від усього роздрібного ринку України.

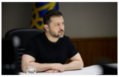
У 2025 році топ-10 продуктових мереж України сформували понад 551 млрд гривень виторгу, що становить 27% від річного обороту всієї галузі роздрібної торгівлі 2,09 трлн гривень. За середньорічним курсом НБУ за 2025 рік це еквівалентно приблизно $13,7 млрд для топ-10 найбільших продуктових мереж і $50,6 млрд для всієї галузі.

Для порівняння: американський ритейлер Walmart за 2025 рік заробив $681 млрд. Це майже у 13,5 раза більше, ніж увесь ринок роздрібної торгівлі України у 2025 році (~7% від виторгу світового лідера).

Реклама

Ad

НОВИНИ



Захист залізниці, АЗС та критичних підприємств від обстрілів посилять, - Зеленський

Реклама

Ad

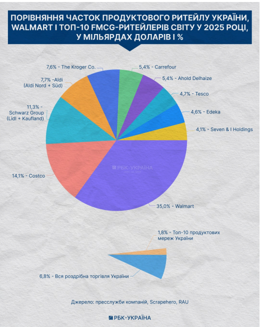


Фото: оборот всієї роздрібної торгівлі України 2,09 трлн гривень за 2025 рік у масштабах Walmart становить всього ~7% (інфографіка РБК-Україна)

Фото: Американська мережа Walmart отримала найбільший виторг у 2025 році, а японський ритейлер 7-Eleven у форматі convenience store має найбільшу кількість торгових точок (інфографіка РБК-Україна)

Попри величезну різницю у масштабах, український food-retail, будучи частиною ширшого роздрібного ринку, задає темп консолідації та угод злиття й поглинання у всій галузі.

Угода року: переділ великої ліги

16 липня 2026 року Антимонопольний комітет України (АМКУ) офіційно дозволив компанії "Омега", яка входить до групи Terwin, консолідувати активи мережі "Коло". До останнього часу власником "Арітейл" була інвестиційна група BGV Group Management, що належить співвласнику корпорації "АТБ Маркет" Геннадію Буткевичу.

Бенефіціарами покупця – компанії "Омега" – є українські підприємці Руслан Шостак та Валерій Кіптик, кожен з яких контролює по 50% акцій підприємства.

Предметом угоди стали 254 торгові точки мережі "Коло", зосереджені у Києві, Київській та Одеській областях.

Співвласник Varus **Руслан Шостак** охарактеризував це придбання як стратегічний крок, спрямований на посилення присутності групи у сегменті convenience retail (магазини біля дому), особливо у столичному регіоні.

За оцінками експертів Асоціації ритейлерів України, подібні M&A-угоди (злиття і поглинання) – це результат тривалих багаторічних переговорів та глибоких аудитів.

Після інтеграції активів Varus може посісти четверте місце в Україні за кількістю магазинів серед продуктових ритейлерів, поступаючись лише АТБ, Fozzy Group та мережі "Сімі". Нині Varus входить до групи сильних гравців, але ще не посідає третє місце за оборотом у 2025 році.

Штат об'єднаної структури зросте до 7 790 працівників. Частка продуктового ритейлу в загальному портфелі групи Terwin збільшиться з 36% до 39%.

Група, яка на початку 2000-х років починала у Дніпрі з формату one dollar і продуктових супермаркетів "Пік", планує впродовж найближчих 10 років увійти до трійки лідерів ринку food-retail України.

Фото: завдяки придбанню мережі "Коло" частка продуктового ритейлу в портфелі корпорації Terwin може зрости з ~36 до 39% (інфографіка РБК-Україна)

Поки на ринку визрівають кардинальні зрушення, провідні оператори розглядають різні варіанти подальшого розширення.

Командори ринку: на перехресті стратегій

Серед власників десяти найприбутковіших FMCG-мереж – відомі постаті української бізнес-еліти:

- **Геннадій Буткевич** (АТБ), за рейтингом журналу Фокус-2025, володіє статками **$678 млн**;
- **Володимир Костельман** (Fozzy Group), за даними InVenture у 2025 році дохід усіх компаній у власності – 80 млрд грн, найвищі статки у 2018 році – $711 млн за рейтингом Фокус, відомий як рок-вокаліст групи "Гибкий Чаплинъ";
- **Раймондас Туменас** (Novus) – 14 місце у рейтингу top500.lt у 2025 році з €85 млн, що еквівалентно $96 млн за середньорічним курсом Європейського центробанку.
- **Руслан Шостак** (Varus) – дохід всіх компаній у власності за відкритими реєстрами у 2025 році – 32 млрд гривень, у 2021 році за рейтингом видання Фокус займав 88 місце з $162 млн.
- **Роман Лунін** (Велмарт) – за версією Forbes.UA у 2021 році статки оцінювались у $150 млн.
- **Борис Музальов** (Таврія-В) – за рейтингом журналу Фокус у 2014 році займав 60-е місце з капіталом $255 млн, з 2011 року є Почесним консулом Республіки Кіпр у м.Одеса.

Фото: перша трійка продуктових ритейлерів країни разом забезпечує роботою понад 100 тисяч працівників (інфографіка РБК-Україна)

АТБ Маркет – ключовий гравець з оборотом 247,3 млрд гривень (~$6 млрд) у 2025 році і **часткою ринку 40%**.

Мережа працює у форматі національного дискаунтера, який вийшов з надр корпорації "АгроТехБізнес". Компанія починала з оптової торгівлі пальним у 1993 році і розрослась у масштабний переробний бізнес.

За цей час сформувався основний кістяк співвласників – Євгена Єрмакова, Геннадія Буткевича і Віктора Карачуна. У 1990-тих Буткевич очолював правоохоронні структури Дніпропетровщини та служби безпеки корпорацій "Співдружність" і "Єдині енергетичні системи України" (ЄЕСУ).

У 1996 році він став власником м'ясокомбінату "Ювілейний", тим самим заклавши фундамент під майбутній ривок у продуктовий ритейл.

Усього 15 років було потрібно, щоб у 2013-му АТБ за виручкою обійшов Fozzy Group і "застовпив" лідерство завдяки оптимізації витрат, власному виробництву і сильній переговорній позиції перед постачальниками.

У 2022 році, за словами Карачуна, навіть The Coca-Cola Company перейшла на 2,2-літрову тару, розроблену спеціально для АТБ.

Fozzy Group ("Сільпо", "Фора", "Траш") пережила дві хвилі зростання – у 2006–2008 роках та після 2019-го. Ще у 2008-му власник 51% акцій компанії Володимир Костельман заявляв, що прагне **"вийти на рівень приблизно 1/8 TESCO",** збільшивши оборот з $1,1 млрд до $10 млрд. TESCO тоді заробляв $80 млрд, а в 2025-му – вже $92,2 млрд.

> **Читайте також:** Володарі палива. Кому належать найбільші мережі АЗС України та хто диктує ціни

Почавшись у Дніпрі в 1990-тих як студентський бізнес з продажу кави, чаю, шоколаду та цигарок, компанія пройшла блискучий шлях "від комівояжера до топритейлера".

З 2008 року доходи зросли у 4 рази, фінансовий результат Fozzy Group (~70 компаній) за 2025 рік – 200,4 млрд гривень, або приблизно $4,47 млрд.

Восени 2025-го Fozzy Group навіть вийшла на ринок Польщі, відкривши в Познані магазин у форматі франшизи Carrefour – французького оператора, чий концепт перетворення "ринкової площі" на "ринковий простір" поширився з кінця 1990-х і в Україні.

Так, в польських супермаркетах Carrefour почали з'являтись туристичні, букінгові офіси, агенції з івент-менеджменту. Подібна модель знайшла втілення і в Fozzy Group.

Третє місце за оборотом посідає Novus, що вирізняється найвищим показником маржі серед топ-гравців у 2025 році – 1,63%. У 2008 році в Київ зайшла литовська інвестиційна група BT Invest на чолі з Раймондасом Туменасом, який мав у портфоліо успішний кейс продажу "Сандори" PepsiCo.

Материнська компанія Consul Trade House UAB розвиває Novus, "Мі Маркет" та дискаунтери "Хапайка", активно залучаючи кошти Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) та Міжнародної фінансової корпорації (IFC).

BT Invest з 2011 року володіє однією з найбільших девелоперських компаній Києва Stolitsa Group, що побудувала житлові комплекси "Варшавський", "Варшавський плюс", ТРЦ Retroville.

Маючи сильний девелоперський фокус (8% у структурі всього бізнесу), мережа Novus намагається будувати власні нові супермаркети в локаціях, що відповідають її концепції.

Співзасновник порталу All Retail та директор компанії GT Partners Ukraine **Ігор Гугля** у коментарі РБК-Україна зазначає, що саме "Сільпо" і Novus сьогодні – практично єдині оператори, які продовжують розвиватися у великому форматі.

"Якщо великих форматів і до початку війни бракувало, то понад чотири роки поспіль – тим більше", – підкреслив експерт.

Попри все, і "Сільпо", і Novus продовжують зберігати достатньо високі темпи експансії, але в першу чергу за рахунок інших роздрібних брендів меншого формату. У Fozzy – це "Фора" та "Траш", у Novus – "Мі Маркет".

Дрібні формати – магазини біля дому та мінімаркети самообслуговування – стали локомотивом розвитку ритейлу ще до війни, і цей тренд лише посилився, пояснює Гугля. За даними

All Retail, кількість відкриттів нових торгових FMCG-об'єктів в Україні зросла з 525 у кризовому 2022-му до 902 у 2025-му.

Сімейні клани проти корпоративних імперій

Поки перша трійка велетнів зводила бізнес-імперії за класичними корпоративними лекалами, "у глибинці" визрівав інший потужний кластер – компанії, які виросли з регіональних лідерів, але й досі управляються за "сімейним" принципом.

Показовий приклад – Berta Group, у чиїй назві зашифровані ініціали дружини і сина засновника. Генеральний директор компанії **Олександр Бережанський**, якому належить "Близенько" і 40% дискаунтерів "Торба", розглядає можливість формування наглядової ради.

"Я хочу, щоб ця компанія ще багато-багато років працювала, а мої правнуки казали – блін, крутий в нас був дідуля", – зізнався він за лаштунками бізнес-форуму Forbes-2026.

Перехід від сімейного управління до залучення професійних CEO стає логічним кроком при зростаючій конкуренції та макроекономічних викликах.

Як зазначає у коментарі РБК-Україна голова Асоціації ритейлерів України **Андрій Жук**, зовнішні умови змушують компанії ставати ефективнішими, проте ключовим **фактором успіху є не сама форма власності, а якість управління капіталом.**

За словами професора Київської школи економіки, президента CFO Club Ukraine і партнера FINART Smart Solutions **Михайла Колісника**, сімейний ритейл має суттєву перевагу у стратегічному плануванні, оскільки власники мислять категоріями поколінь, а не квартальних звітів.

За його словами, такі компанії швидше ухвалюють рішення, краще контролюють операційні процеси та **обережніше використовують фінансовий левередж,** що дозволяє їм легше проходити кризи ліквідності.

> **Читайте також:** Битва за Ocean Plaza: кому належать найбільші ТРЦ України та чому бізнес обирає Захід

Водночас корпоративні мережі демонструють кращі результати у залученні масштабних інвестицій, впровадженні інноваційних технологій та міжнародних практик, пояснює Колісник.

За його оцінкою, попри певну бюрократизацію та складність узгодження інтересів різних акціонерів, саме корпоративна модель стає виграшною у фазі масштабної експансії завдяки доступу до дешевого фінансування та професійних команд.

Проте ефективність такої моделі прямо залежить від якості фінансового менеджменту та **точності прогнозування грошових потоків**, пояснює експерт.

Зрештою, за словами Колісника, на українському ринку конкурують не моделі власності, а здатність менеджменту швидко реагувати на зміни, ефективно керувати логістикою та оборотним капіталом.

"Перемагають ті, хто забезпечує кращий клієнтський досвід і найефективніше перетворює вкладений капітал у довгострокову вартість бізнесу", – підсумовує професор Київської школи економіки Михайло Колісник.

Фото: великий оборот продуктового ритейлера ще не означає, що мережа генерує прибуток (інфографіка РБК-Україна)

Американський сценарій: тернистий шлях міжнародних гравців

Вихід на нові ринки – випробування навіть для найуспішніших. У грудні 2020 року власник Novus викупив 100% частку в ПІІ "Білла-Україна" у німецької Rewe International AG: литовський інвестор виявився стійкішим за австрійського – Billa пішла, Novus залишився.

Чому український ритейл не приживається у Польщі? Насамперед тому, що сусідній ринок насичений, вважає власник "Близенько" Бережанський.

Історичний приклад – американський Walmart, який придбав німецьку мережу Wertkauf у 1989-му, але у 2006-му змушений був піти з Німеччини. Аналогічний приклад – Tesco. Британський гігант проіснував на польському ринку з 1995 по 2021 рік.

Ритейлерам потрібно бути системно готовими до будь-яких сценаріїв – від об'єднань до продажів, вважає власник "Близенько". Війна може стати каталізатором зміни всієї платформи ведення бізнесу.

Напрямки руху українського ритейлу: місця вистачить усім?

Роздрібна торгівля товарами щоденного вжитку в Україні залишається різноманітною. Поруч із великими національними мережами успішно розвиваються регіональні та спеціалізовані гравці, зазначає голова RAU Андрій Жук.

Сильні позиції у своїх регіонах продовжують утримувати "Файно Маркет", "Близенько" та інші місцеві оператори. Водночас активно розвиваються спеціалізовані формати – Wine Time, "Київхліб", Roshen, "Еко Лавка", "М'ясомаркет", "Галя Балувана".

Чи прискорять макроекономічні виклики вимивання середніх гравців на користь Великої трійки? Жук і не поспішає з драматичними прогнозами: підвищена конкуренція справді змушує бізнес працювати результативніше, але масового зникнення малих учасників очікувати не варто.

> **Читайте також:** Varus купує "Коло": обʼєднана мережа може увійти у топ-4 ритейлерів за розміром

Навпаки – саме місцеві мережі останніми роками розвинули кращі інстинкти виживання. На їх боці – близькість до клієнта, гнучкий асортимент, постачальники, чуття на попит.

Процеси консолідації продовжаться, що цілком природно, підсумовує голова RAU. Проте ринок залишається ємним для співіснування національних гігантів із сильними регіональними та спеціалізованими мережами. І в цьому симбіозі успішно змагаються дві моделі – сімейної дисципліни та корпоративного масштабу.

Недавня угода Varus і "Коло" підтвердила: учасники готові домовлятися заради стратегічних позицій, навіть якщо переговори тривають роками. Але і після "великого переділу" український ритейл навряд чи перетвориться на ринок кількох монополістів.

Питання – відповіді (FAQ)

– Чому Varus придбав мережу "Коло"?

– Угода дозволяє Varus швидко посилити позиції у форматі магазинів біля дому, отримавши 254 готові торгові точки переважно у Києві та області.

– Хто володіє Varus?

– Мережа належить Руслану Шостаку та Валерію Кіптику (по 50%) і входить до складу корпорації Terwin.

– Кому належить АТБ?

– Співвласниками АТБ є Геннадій Буткевич, Євген Єрмаков і Віктор Карачун (по 33,3%). У 2025 році мережа контролювала близько 40% ринку.

– Хто контролює Fozzy Group?

– Контрольний пакет (51%) належить Володимиру Костельману, ще по 23,5% мають Роман Чигір і Олег Сотников, 2,5% – Юрій Гнатенко.

– Яка мережа є найприбутковішою?

– Найвищу чисту маржу серед найбільших операторів у 2025 році показав Novus – 1,63%.

– Як український ритейл виглядає на тлі світового?

– Лідером світу залишається Walmart із виторгом $681 млрд, тоді як сукупний оборот топ-10 українських продуктових мереж становив близько $13,7 млрд.

– У чому різниця між сімейними та корпоративними

мережами?

– Сімейні компанії швидше ухвалюють рішення й обережніше працюють із боргами, корпоративні – мають більше можливостей для масштабування та залучення інвестицій.

***

** При підготовці матеріалу враховувались лише продуктові ритейлери масового сегменту B2C. Критерій відбору – виторг за 2025 рік. У розрахунок не включене ТОВ "МЕТРО Кеш енд Кері Україна" (METRO), що працює також у сегменті B2B.*

Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!

Або читайте нас там, де вам зручно!

Більше по темі:

РБК-Україна Novus Супермаркети

Реклама

Реклама

Ad

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
Смак
Зірки

РБК-УКРАЇНА UA | EN | RU

Про компанію
Редакційна політика і стандарти
Як стати нашим автором
Правила користування
Правова інформація
Політика конфіденційності
Контакти
Команда
Вакансії в РБК-Україна
Розмістити рекламу

Ідентифікатор онлайн-медіа в Реєстрі суб'єктів у сфері медіа — R40-05347 Інформаційний портал «РБК-Україна» має тримовну версію (українську, російську та англійську), головна сторінка порталу - https://www.rbc.ua. Фотографії, зображення належать їх правовласникам. 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 рекламодавець. Матеріали, позначені плашкою: «Прес-релізи», «Спецпроект», «Партнерський матеріал», «Promo», «Благодійність», «Резонанс» розміщуються на правах реклами і призначені, як правило, для осіб, які досягли 21-річного віку. «Новини компанії» - це інформаційний формат, що охоплює новини, події та оголошення, пов'язані з діяльністю компаній, базуються на пресрелізах, які випускають самі компанії, і за які редакція не несе відповідальність. Онлайн-медіа «РБК-Україна» призначене для осіб віком від 21 року.

© LLC «UBT MEDIA», 2006-2026.