

Переділ великої ліги: Varus змінив розподіл ринку, придбавши мережу "Коло"

09:20 01.08.2026 СБ

🕒 2 хв

Найбільша угода 2026 року змінює розстановку сил серед продуктових ритейлерів України

-  ІРИНА КОСТЮЧЕНКО
-  ОЛЕГ ХОМЧУК



Мережа Varus суттєво виросла (фото: пресслужба Varus)



Не витрачай час на шум! Читай тільки суть з [РБК-Україна у Google](#) 

Антимонопольний комітет України дозволив 16 липня компанії "Омега" групи Tегwіn консолидувати активи мережі "Коло", яка раніше належала співвласнику АТБ Геннадію Буткевичу.

Як змінює ситуацію на ринку головна угода літа-2026 у продуктовому ритейлі, читайте більше у статті [РБК-Україна "Володарі полиць. Кому належать АТБ, Сільпо, Novus, Varus та скільки вони заробляють"](#).

Головне:

- Предметом угоди стали 254 торгові точки "Коло" в Києві, Київській та Одеській областях.
- Бенефіціари компанії-покупця – Руслан Шостак та Валерій Кіптик, кожен володіє 50% акцій "Омеги".
- Після інтеграції Varus може посісти четверте місце в Україні за кількістю магазинів після АТБ, Fozzy Group та мережі "Сімі".
- Штат об'єднаної структури зросте до 7 790 працівників.

Угода між Varus і колишнім власником мережі "Коло" щодо поглинання 254 магазинів стала найбільшою в українському food-retail за останній час і, за оцінками експертів Асоціації ритейлерів України (RAU), завершила багаторічні переговори.

Що саме купив Varus

До договору власником "Арітейл" (оператора мережі "Коло") була інвестиційна група BGV Group Management, що належить Геннадію Буткевичу.

Співвласник Varus Руслан Шостак назвав придбання стратегічним кроком, що має посилити присутність компанії в сегменті convenience retail – "магазинів біля дому", особливо у столичному регіоні. Штат продуктового напрямку компанії збільшиться на 1100 працівників.

Таким чином за кількістю торгових точок мережа виходить на четверте місце серед десяти продуктових FMCG-ритейлерів України у сегменті B2C з найбільшим вииторгом у 2025 році.

За оцінками RAU, подібні M&A-угоди (злиття і поглинання) зазвичай є результатом тривалих переговорів та глибоких аудитів.

Зміна ринку

Група Шостака і Кіптика, яка стартувала на початку 2000-х у Дніпрі з формату one dollar і супермаркетів "Пік", планує впродовж наступних 10 років увійти до трійки лідерів ринку food-retail України. Нині Varus входить до когорти сильних гравців, але **ще не посідає третє місце** за оборотом у 2025 році.

Читайте також: [Varus купує "Коло": об'єднана мережа може увійти у топ-4 ритейлерів за розміром](#)



Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!

Або читайте нас там, де вам зручно!



Більше по темі:

- Varus
- Ритейл в Україні
- Магазини

НОВИНИ



У Києві через обстріл майже 30 постраждалих, горіли "швидкі", будинки та кіностудія (фото)

АНАЛІТИКА



Костянтин Широкун
кореспондент РБК-Україна

Купити турнікет – замало: що треба знати про домедичну допомогу та куди піти вчитись



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

РОЗВАГИ

- Шоу бізнес
- Поради
- Гороскопи
- Свята
- Цікаве

СПОРТ

- Футбол
- Баскетбол
- Теніс
- Бокс

LIFESTYLE

- Психологія
- Їжа
- Подорожі
- Здорове життя
- Мода та краса

[Про компанію](#)

[Редакційна політика і стандарти](#)

[Як стати нашим автором](#)

[Правила користування](#)

[Правова інформація](#)

[Політика конфіденційності](#)

[Контакти](#)

[Команда](#)

[Вакансії в РБК-Україна](#)

[Розмістити рекламу](#)

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. Оціючі судження не підлягають спростуванню та доведено їх правдивості. За достовірність та зміст реклами відповідальність несе рекламодавець. Матеріали, позначені плашкою: «Прес-релізи», «Спецпроект», «Партнерський матеріал», «Рпто», «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-меда «РБК-Україна» призначене для осіб віком від 21 року.