

Стратегія ритейл-бізнесу на 2026+ **Практика адаптивності і масштабування**

Андрій Длігач

доктор економічних наук
засновник, голова Advanter Group

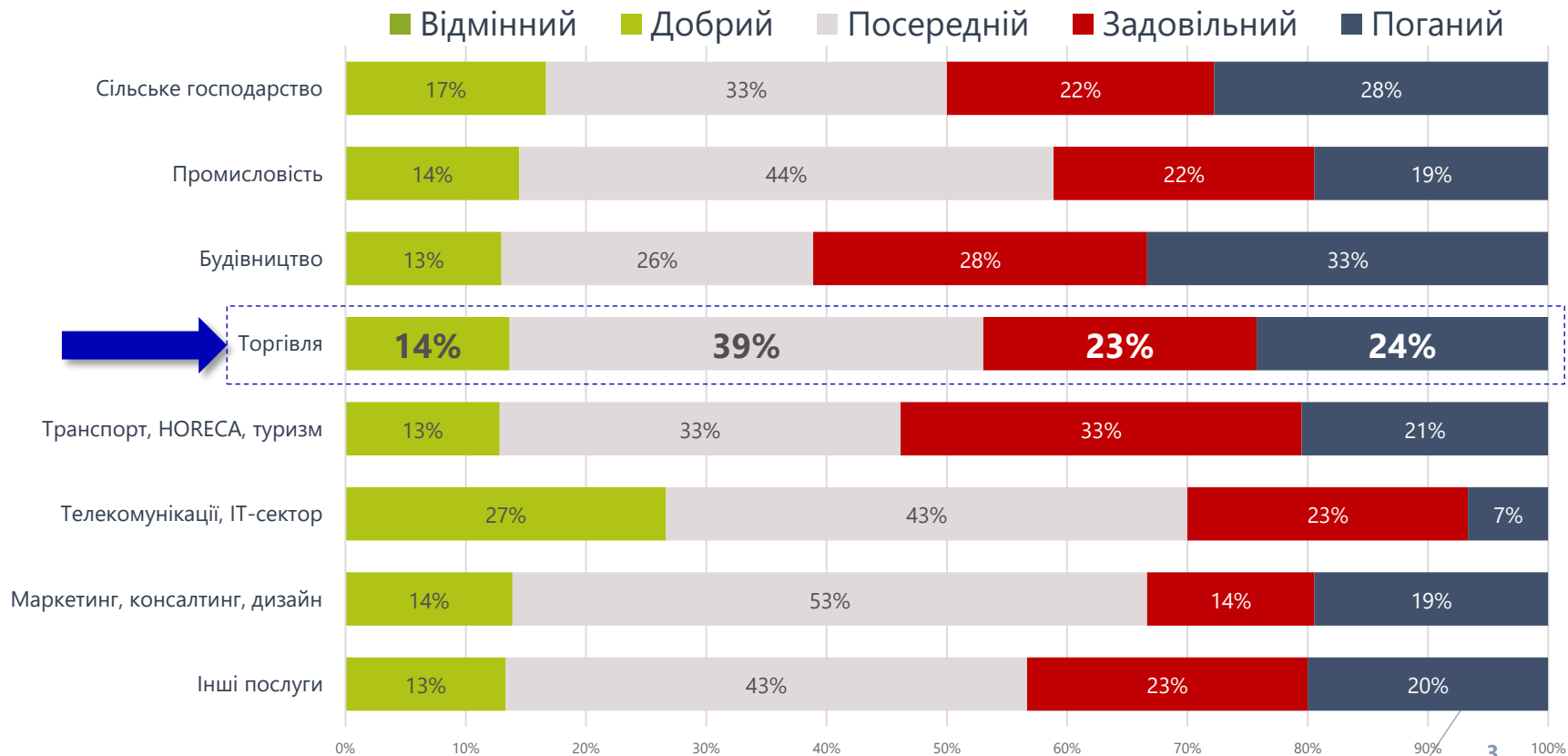




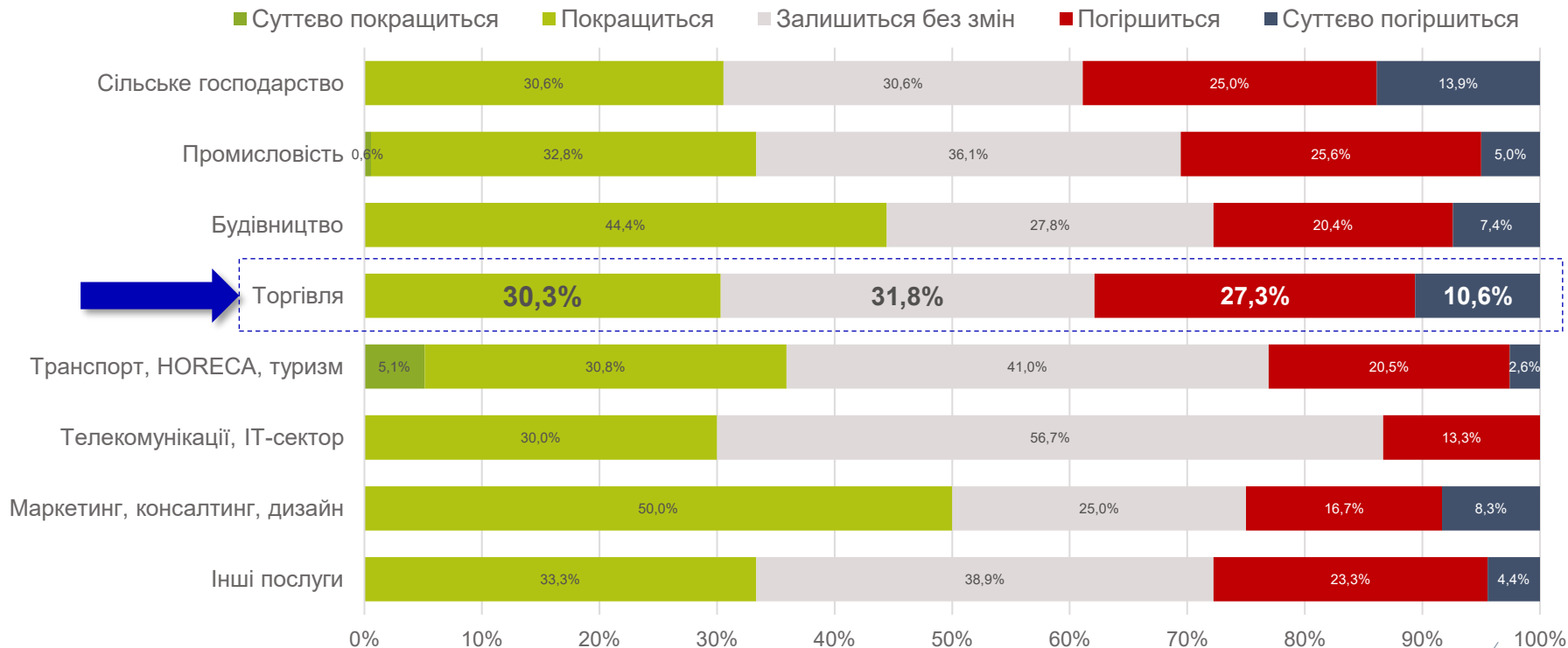
**\$21 млн. «Синій монохром» Іва Кляйна – символ нескінченності.
Безмежна глибина – не колір, а стан.**

Фінансово-економічний стан підприємства

Індустріальний зріз



Очікування щодо фінансово-економічного стану підприємства



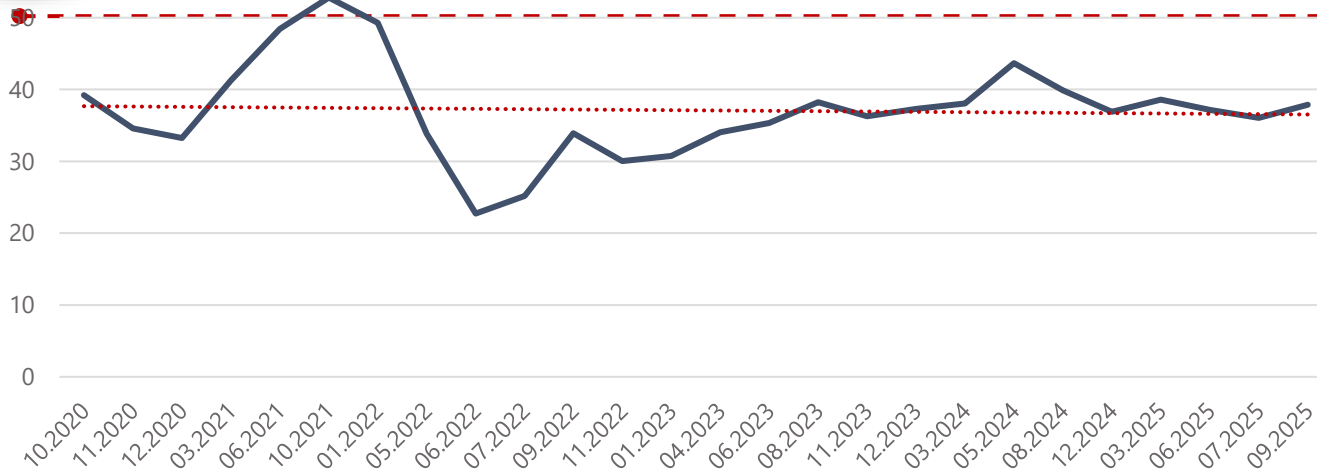
Індекс активності бізнесу (UBI – Ukrainian Business Index)

Максимально
можливе
значення

100
60

Зона
позитивних
очікувань
бізнесу

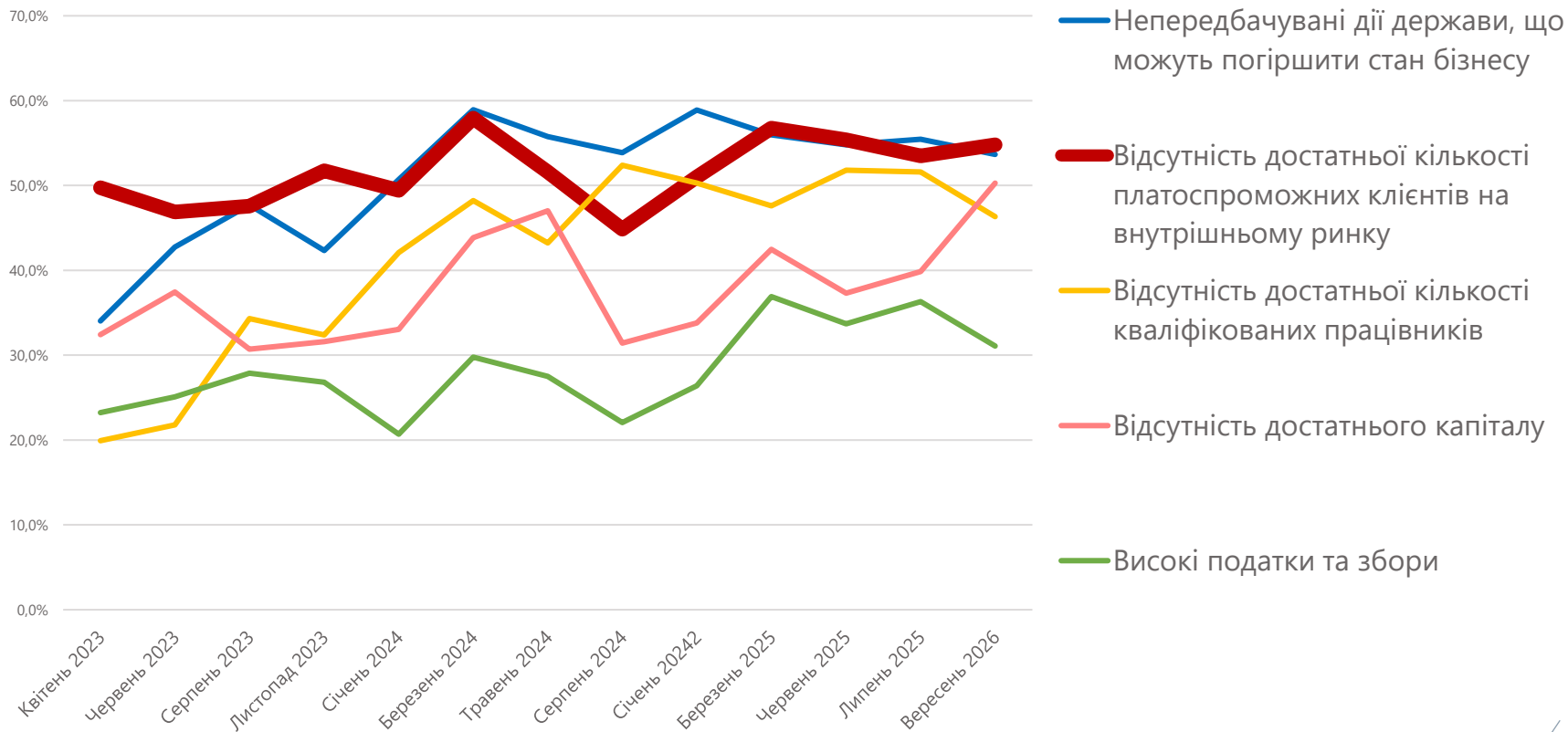
Зона
негативних
очікувань
бізнесу



UBI 09.2025

37.9

Проблеми бізнесу (динаміка)



Що заважає вам зараз відновлювати та розвивати бізнес? (до 7 ключових перепон)



Як зробити **прорив**
всупереч і завдяки?



Vision first

Три горизонти стратегічного мислення і стратегування

2026 – Вистояти, **Адаптуватися**

Виживання – погана стратегія.

Знайти можливості і стати сильнішими.

Три горизонти стратегічного мислення і стратегування

2026 – **Вистояти**, Адаптуватися

Виживання – погана стратегія.

Знайти можливості і стати сильнішими.

2027-2028 **Управляти, Зрости**

Горизонт інвестицій.

Нові:

- бізнеси
- бізнес-моделі
- бренди
- виробничі потужності
- експорт

Три горизонти стратегічного мислення і стратегування

2026 – **Вистояти**, Адаптуватися

Виживання – погана стратегія.

Знайти можливості і стати сильнішими.

2027-2028 Управляти, **Зрости**

Горизонт інвестицій.

Нові:

- бізнеси
- бізнес-моделі
- бренди
- виробничі потужності
- експорт.

2030+ Зробити **прорив**

Стратегічна візія бізнесу.

«Після війни» – економічний розвиток.







Dream→Think→Go **Big**



Big

2026 – **GO**: Вистояти, Адаптуватися

2027-2028 **THINK**: Управляти, Зрости

2030+ **DREAM**: Зробити прорив



персоналізація



людиноцентричність

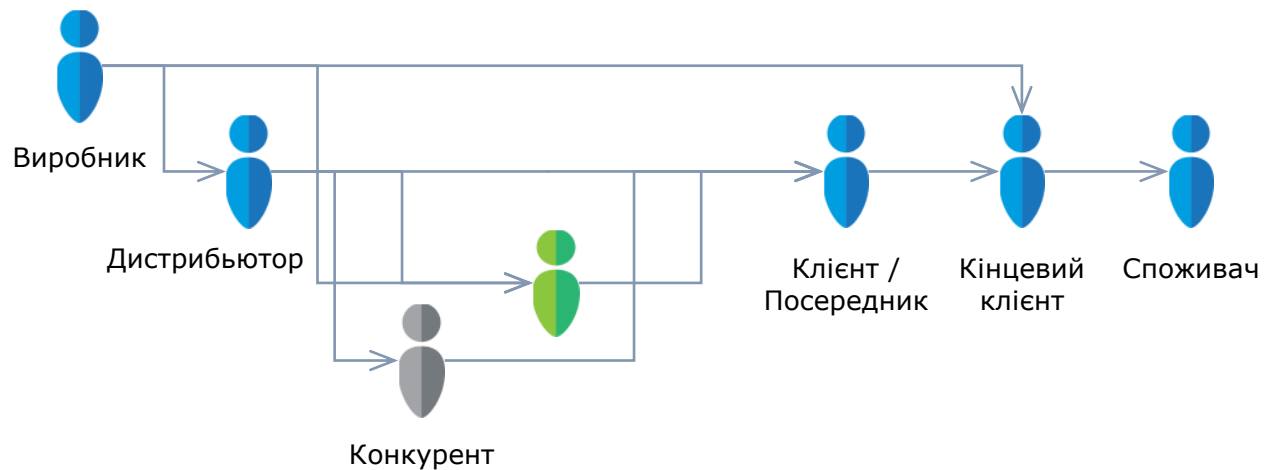


Стратегія =
управління
поведінкою

Зовнішня мапа стейкхолдерів



Канал товароруху / ланцюг доданої вартості





1. Ситуація

Скоріше діяти!
Нема часу!
Ми все втратимо!
Ти маєш щось зробити!!!

Простір сенсів

***Зупинити дії!
Промислити ситуацію***

*2. Рефлексивний
вихід*

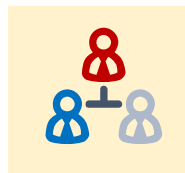


1. Ситуація

Простір дій

Простір сенсів

2. Рефлексивний
вихід



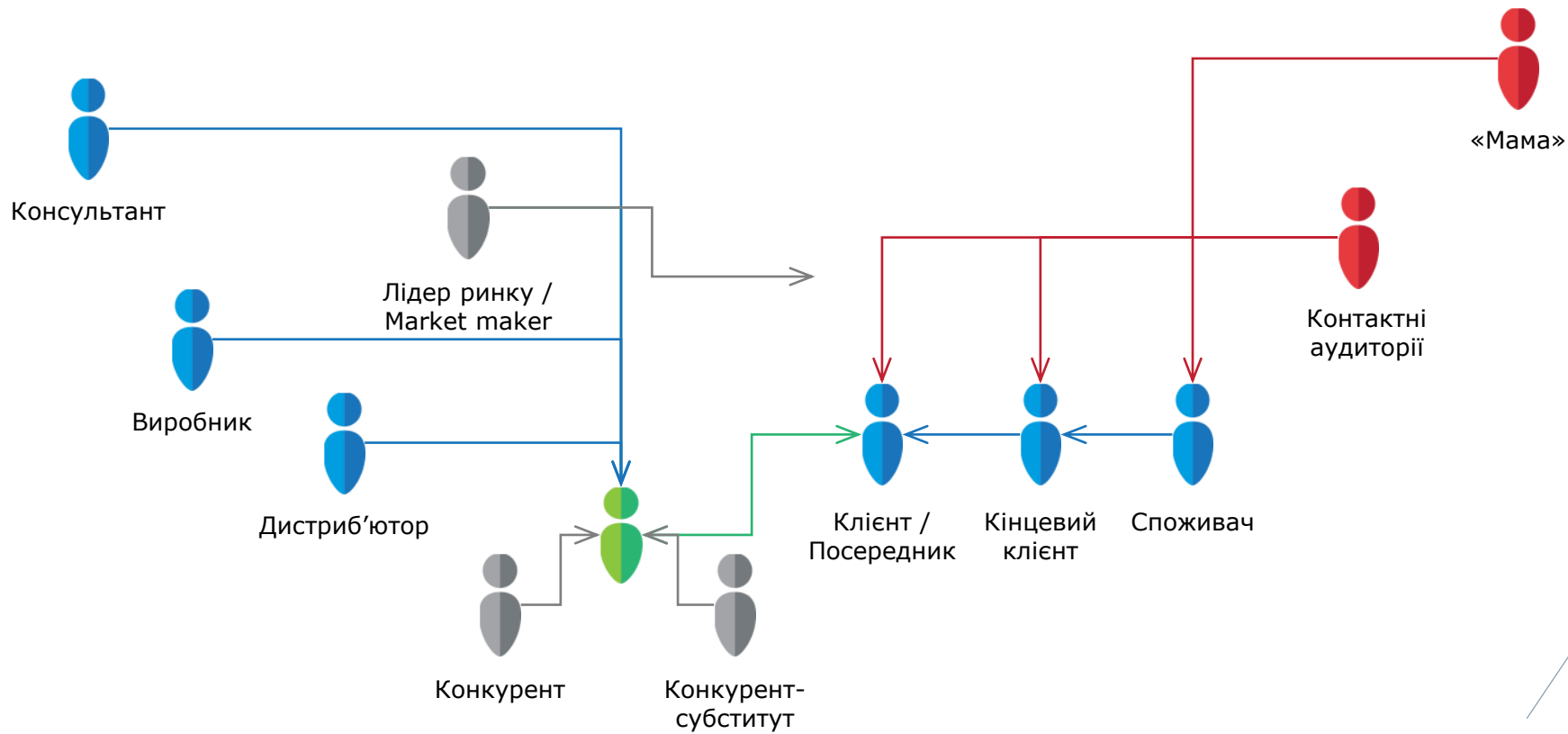
3. «Карта»
стейкхолдерів:
**чиї інтереси ми
маємо
врахувати**



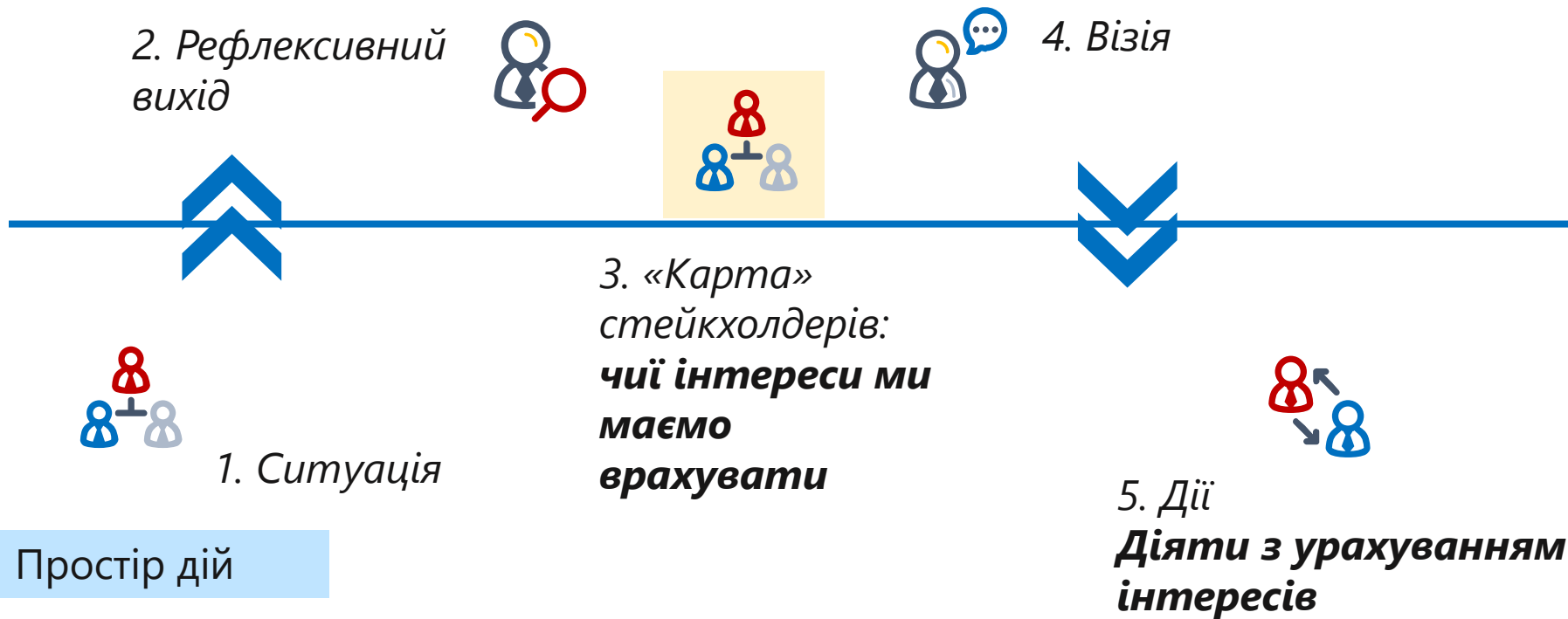
1. Ситуація

Простір дій

Вектори впливу



Простір сенсів







БРЕНДУВАННЯ ТОЧОК ОБМІНУ



ФОРМАТ HOP-IN-SHOP

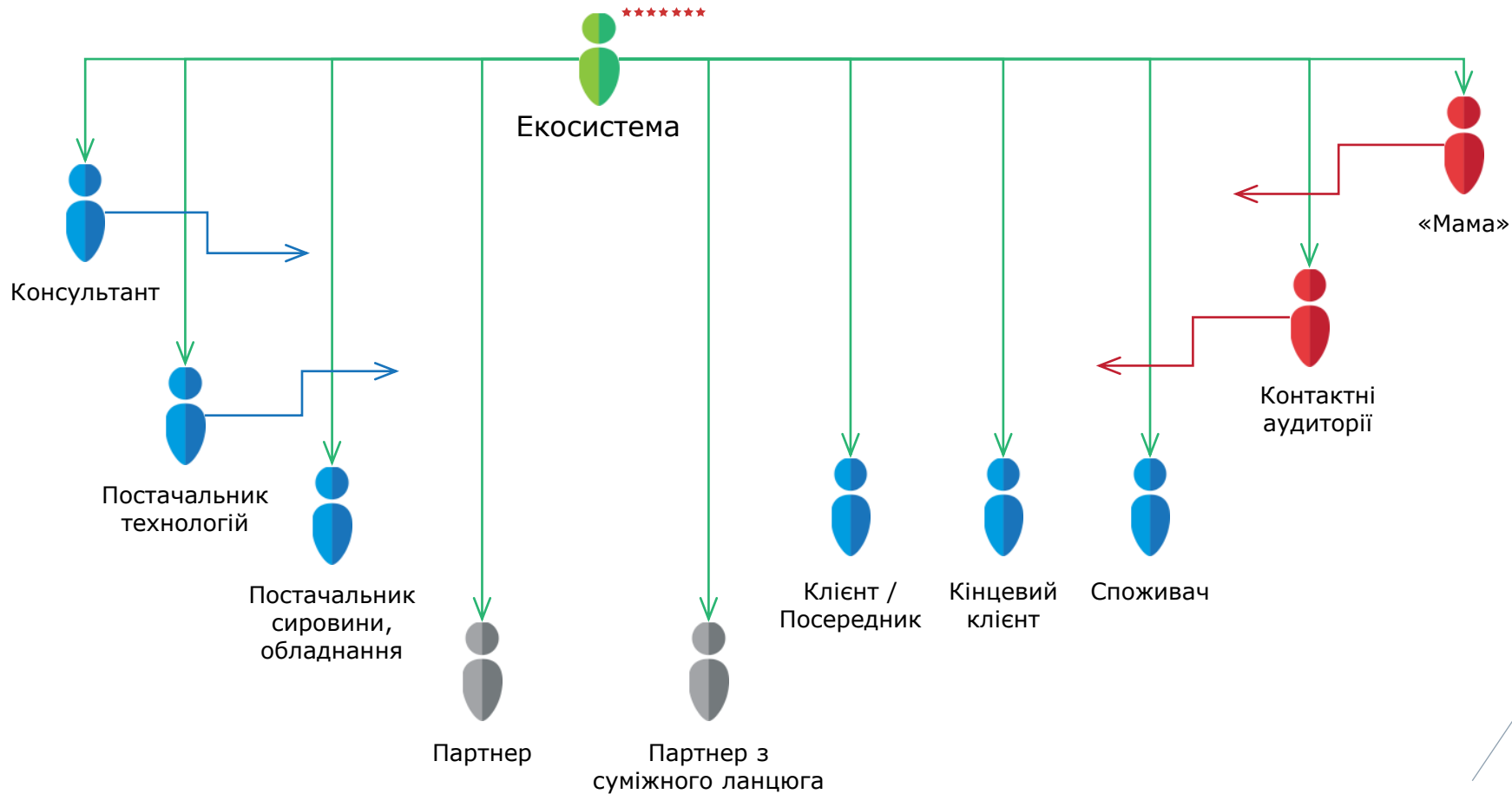


БРЕНДУВАННЯ ТОЧОК ОБМІНУ



ФОРМАТ 8 М²

Формування цінності



Модель поведінкових змін 5A



Рефлексивне управління

Партнерство

Узгодження інтересів

Конфронтація

Маніпулювання

Стимуляція +/-

Активация



Рефлексивне управління

Партнерство

Узгодження інтересів

Конфронтація

Маніпулювання

Стимуляція +/-

Активация

Концепція:

Проста вигода – купи
більше, плати менше

Слоган:

«Смакує ще краще, коли
знижка на третій!»





Lovemark

Рефлексивне управління

Партнерство

Узгодження інтересів

Конфронтація

Маніпулювання

Стимуляція +/-

Активация

Advanter





Рефлексивне управління

Партнерство

Узгодження інтересів

Конфронтація

Маніпулювання

Стимуляція +/-

Активация



☒ Advanter



lovemark



lifemark

Рефлексивне управління

Партнерство

Узгодження інтересів

Конфронтація

Маніпулювання

Стимуляція +/-

Активация

Концепція: Функціональний хліб з лавандою, магнієм або CBD

Слоган: «Сон у скибці»

Опис: хліб із заспокійливими властивостями. хліб як частина вечірнього ритуалу для ментального відновлення.







Рефлексивне управління

Партнерство

Узгодження інтересів

Конфронтація

Маніпулювання

Стимуляція +/-

Активація

Advanter



Рефлексивне управління

Партнерство

Узгодження інтересів

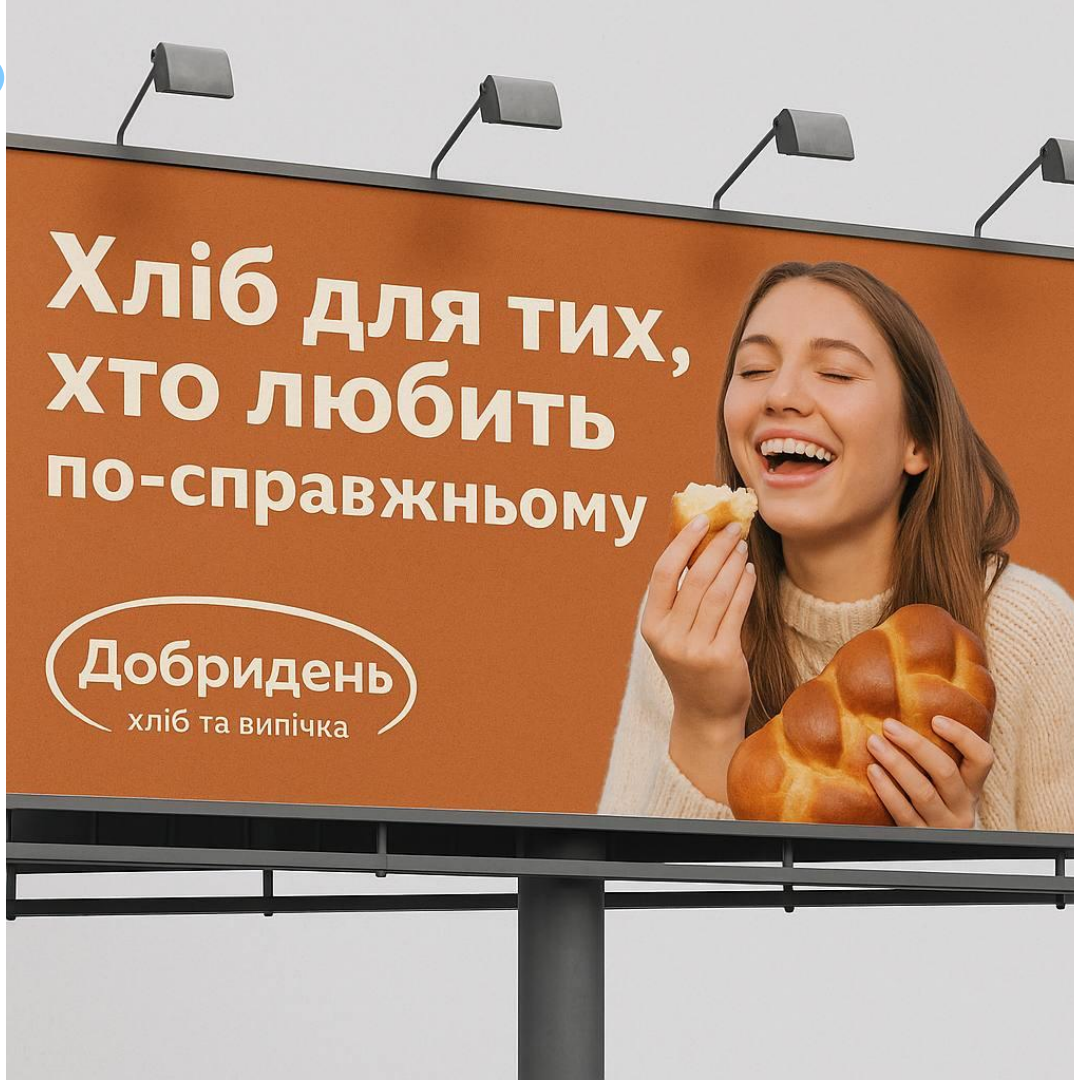
Конфронтація

Маніпулювання

Стимуляція +/-

Активация

Advanter



Створено



20+

рітейл
брендів

 Advanter





Аудит рітейл-бренду в подарунок



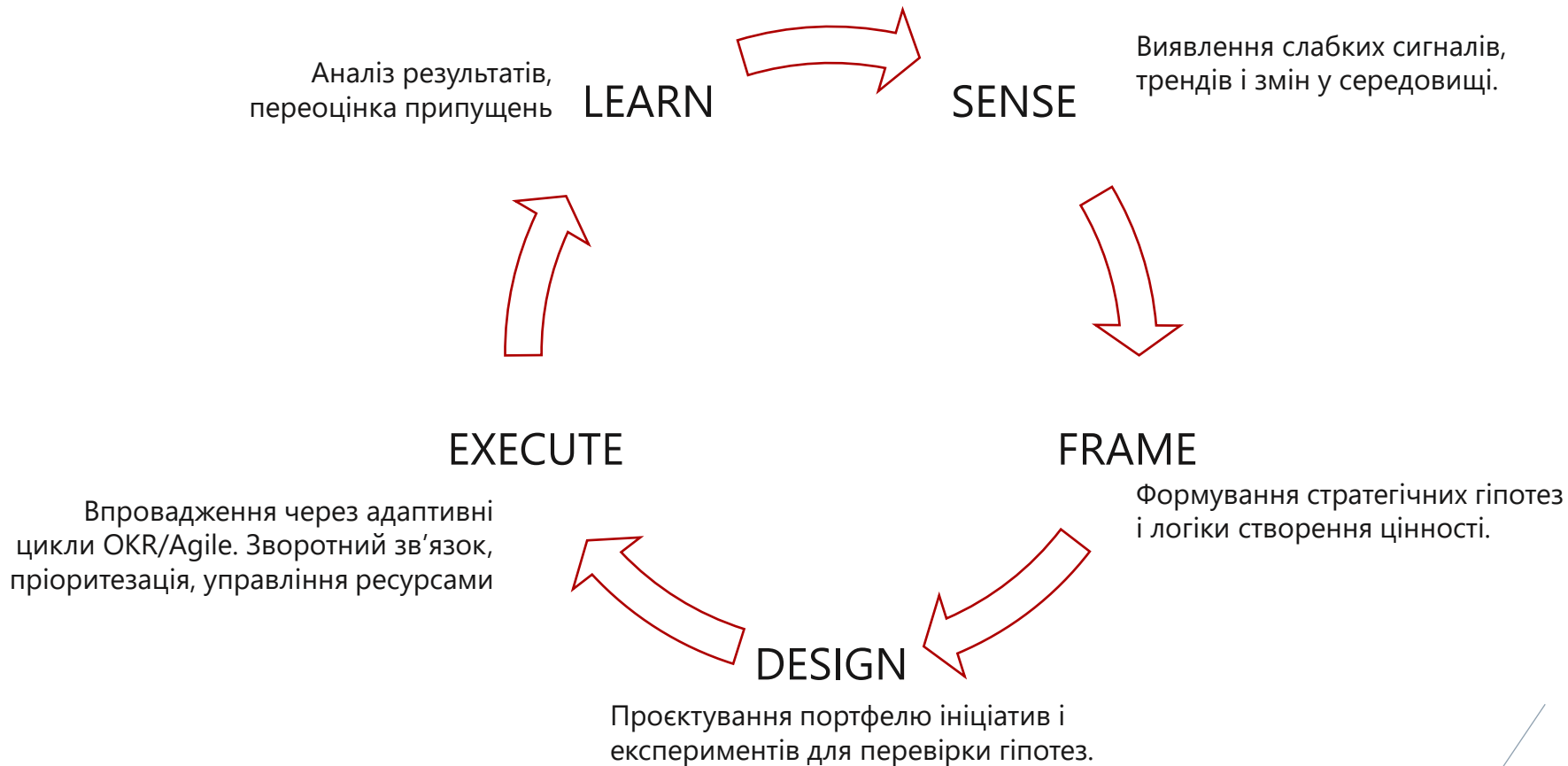
2026→



ADaptive Strategy Canvas 2025

Канва стратегічного управління для
сучасних рітейл-організацій

Модель стратегічного управління



Стратегія – це не документ,
а **динамічна система рішень**,
що оновлюється кожні 90 днів

Канва для формування стратегії рітейл-бренду

ADaptive Strategy Canvas

1. Контекст і тренди

AI, екосистеми, підписки
Персоналізація

2. Ідентичність і призначення

Хто ми і яку цінність створюємо у країні?

3. Гіпотези зростання

Які три гіпотези створення нової цінності?
Три ідеї проривів рітейлу

4. Конкурентна логіка

У чому наша унікальність?
В чому перевага бізнес-моделі?

5. Портфель ініціатив

Які ініціативи перевіряють гіпотези?

6. Метрики успіху

Якими OKR/KPI виміряти успіх?

7. Ризики та сценарії

Що може зруйнувати наші
припущення? Які тригери?

8. Навчання й адаптація

Як ми оновлюємо рішення
щоквартально?

9. Governance і ресурси

Хто приймає рішення? Які ресурси доступні?



Рітейл – на вістрі культурних трендів



«Ukraine teaches the
world how to feel»

Timothy Snyder



Україна – це простір, де
минуле і майбутнє співіснують
у реальному часі.

Культура в Україні стала
лабораторією адаптації,
креативності та стійкості

Ціннісний прорив — нести більше,
ніж просто «рітейл»



Рітейл брендинг як культурне явище

Resilience creates innovation

Тиск породжує / стимулює творчість

Tradition ≠ nostalgia

Традиція – ресурс для прототипування майбутнього

Culture = Infrastructure

Це не витрати, а екосистема співдії

Decentralized identity

Бренд як відносини мережі спільнот

From survival to meaning

Культура як пошук сенсу в хаосі



dligach



advanter.ua

Стратегії
бізнес-проривів

