

ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ДОСВІД «СІЛЬПО-ФУД»

У сучасному ритейлі екологічна стратегія стає ключовим чинником зміцнення позицій підприємства на ринку. Високий рівень екологічної відповідальності позитивно впливає на репутацію компанії, підвищує довіру споживачів і сприяє довгостроковій економічній стабільності. Одним із яскравих прикладів в Україні є мережа супермаркетів «Сільпо», яка системно впроваджує інноваційні екологічні рішення, поєднуючи екологічність з ефективністю бізнес-моделі.

Однією з ключових складових екостратегії є впровадження енергоефективного обладнання. Наприклад, у нових супермаркетах встановлюються холодильні системи Cooles Slim PRO, які споживають до 75 % менше електроенергії, ніж стандартне обладнання [1]. Це дає змогу суттєво зменшити операційні витрати та знизити вплив на клімат.

Паралельно «Сільпо» поступово відмовляється від використання гідрофторвуглецевих холодоагентів, що є потужними парниковими газами. Відповідно до оголошеної політики, до 2025 року компанія планує повністю перейти на природні екологічно безпечні холодоагенти [2]. Такий перехід дозволяє зменшити потенціал глобального потепління та відповідати міжнародним стандартам ESG-звітності.

Важливою складовою є також використання відновлюваних джерел енергії. Наприклад, супермаркет «Сільпо Recycling» у Крюківщині працює на основі геотермальних насосів, що споживають у 5 разів менше електроенергії, ніж традиційні електродвигуни. Крім того, на його даху встановлена сонячна електростанція, яка частково забезпечує магазин електроенергією [3].

Окрема увага приділяється зменшенню використання пластику. Компанія пропонує покупцям багаторазову тару та сумки, а також використовує візки, виготовлені на 25 % з перероблених риболовних сіток [3]. Це не лише сприяє збереженню довкілля, але й підвищує рівень екологічної обізнаності споживачів.

У межах партнерських ініціатив «Сільпо» співпрацює з українським брендом KSENIASCHNAIDER, пропонуючи покупцям багаторазові сумки з перероблених матеріалів [4]. Така взаємодія з екологічно відповідальними постачальниками підсилює екостратегію компанії на всіх етапах ланцюга поставок.

Результати впровадження екологічної стратегії можна побачити у фінансових показниках компанії. У 2022 році товарообіг мережі «Сільпо» зріс на 6,1 % порівняно з попереднім роком і досяг 62,4 млрд грн [5]. Це свідчить про позитивне сприйняття екологічної відповідальності компанії з боку споживачів.

Таким чином, досвід «Сільпо-Фуд» підтверджує ефективність екологічної стратегії як важливого елемента підвищення конкурентоспроможності. Інвестиції в екологічні рішення не лише сприяють зменшенню впливу на довкілля, але й зміцнюють ринкову позицію компанії, підвищують лояльність клієнтів і створюють додаткову цінність бренду.

Список використаних джерел

1. Modern Expo. New Silpo supermarkets feature energy-efficient refrigeration systems. URL: https://www.linkedin.com/posts/modernexpo_new-silpo-supermarkets-feature-energy-efficient-activity-7287861683534917632-NjOC (the date of application: 06.04.2025).
2. Fozzy Group. Silpo announces gradual rejection of environmentally damaging refrigerators. URL: <https://www.fozzy.ua/en/news/2022/silpo-announces-gradual-rejection-of-environmentally-damaging-refregirators> (the date of application: 06.04.2025).
3. Fozzy Group. Silpo Recycling was opened near Kyiv. URL: <https://www.fozzy.ua/en/news/2020/silpo-recycling-was-opened-near-kyiv> (the date of application: 06.04.2025).
4. KSENIASCHNAIDER. This collaboration with Сільпо represents our shared vision of sustainable fashion. URL: https://www.linkedin.com/posts/ksenia-schneider-66a0444a_this-collaboration-with-сільпо-represents-activity-7271076486982340609-OTIQ (the date of application: 06.04.2025).
5. Open4Business. Silpo has increased turnover by 6.1%. URL: <https://open4business.com.ua/en/silpo-has-increased-turnover-by-6-1> (the date of application: 06.04.2025).