

Tlačová správa

Diskonty a supermarkety rastú na význame

28. listopadu 2018

Mgr. Andrea Patočková
Marketing&PR
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

Bratislava, 28. november 2018 – Pre 7 z 10 kupujúcich je ešte stále nakupovanie skôr zábavné ako náročné a nepríjemné. Pre české a slovenské domácnosti sú najdôležitejším miestom pre nákupy rýchloobrátkového tovaru hypermarkety. Domácnosti chodia na nákupy do supermarketov a diskontov častejšie a aj na väčšie nákupy ako v minulosti. Diskonty zasa upevňujú svoju pozíciu pri veľkých zásobovacích nákupoch v oboch krajinách. Domácnosti presúvajú väčšie nákupy do menších moderných formátov. Význam malých a pultových predajní sa v oboch krajinách stále znižuje. Tieto zistenia pochádzajú z dlhodobého porovnania vývoja reálneho nakupovania Slovákov a Čechov zhrnutých v multiklientskej štúdii GfK Shopping FMCG.

Nakupovanie si Slováci a Česi užívajú

Bez nákupu potravín, nápojov a drogérie sa nezaobíde nikto. Preto je príjemným zistením, že pre 7 z 10 kupujúcich je ešte stále nakupovanie skôr zábavné ako náročné a nepríjemné. Ako teda nakupujeme? Nakupuje viac v akciách? Zaujímajú nás viac privátne značky? Spotrebiteľské správanie sa rýchlo mení, preto GfK prináša štúdiu GfK Shopping FMCG, v ktorej poukazuje na zmeny v nakupovaní domácností.

Slováci a Česi najviac minú v hypermarketoch

Najdôležitejším miestom pre nákupy rýchloobrátkového tovaru zostávajú v oboch krajinách hypermarkety. V Čechách v nich domácnosti minú necelú tretinu zo svojich výdavkov na potraviny, nápoje a drogériu, na Slovensku je to o niečo viac ako štvrtina.

„Pozícia najväčšieho nákupného formátu sa na Slovensku ustálila a v Čechách klesla. Svoj podiel však bez prerušenia ďalej posilňujú o niečo menšie nákupné miesta - supermarkety a diskonty. Jednou z ich hlavných výhod je i časová dostupnosť, ktorá je veľmi dôležitým kritériom pre stále viac kupujúcich. Diskonty a supermarkety, ako moderný typ obchodov vo väčšej blízkosti, tak naberajú na význame a kupujúci tu nakupujú

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
140 00 Praha 4
Česká republika

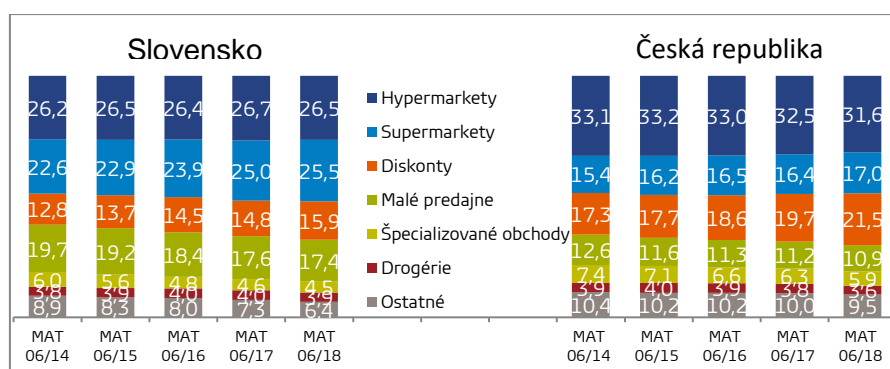
Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Jednatel:
RNDr. Tomáš Drtina
Prokuristé:
RNDr. Zdeněk Skála
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326

častejšie,“ hovorí Ladislav Csengeri, Consumer Panel Service Director CZ&SK.

Podiel nákupných formátov na Slovensku a v Čechách



Zdroj: GfK Shopping FMCG

Domácnosti chodia na nákupy do supermarketov a diskontov častejšie a aj na väčšie nákupy ako v minulosti. Pre supermarkety sú charakteristické práve väčšie doplňujúce nákupy čerstvého tovaru a zásobovacie nákupy, ktoré v rámci tohto formátu na Slovensku ešte posilnili. Diskonty zasa upevňujú svoju pozíciu pri veľkých zásobovacích nákupoch v oboch krajinách. Domácnosti teda presúvajú väčšie nákupy do menších moderných formátov.

Naopak, význam malých a pultových predajní sa v oboch krajinách stále znižuje a svoju pozíciu s námahou obhajujú aj špecializované obchody.

Domácnosti viac nakupujú polotovary

Najväčšie položky v nákupnom košíku domácností v supermarkete i v diskonte tvoria čerstvé a chladené potraviny. Tvoria viac ako polovicu hodnoty nákupu. Čerstvé a chladené potraviny posilnili aj vo veľkých zásobovacích nákupoch.

Pre supermarkety ako aj diskonty je dôležitý aj košík polotovarov, ktoré dosiahli v oboch krajinách vyšší podiel ako pred piatimi rokmi. V rámci nich majú pozitívny vývoj napr. rôzne hotové jedlá, šaláty, delikatesy alebo jedlá pripravované priamo v obchode.



Viac o vývoji spotrebiteľského správania sa dozviete v štúdií [GfK Shopping FMCG](#).

O GfK

GfK prepája dáta s vedou. Naše inovatívne prieskumné riešenia poskytujú odpovede na kľúčové otázky týkajúce sa spotrebiteľov, trhov, značiek a médií nielen na dnešných trhoch, ale aj na tých budúcich. GfK ako prieskumná a analytická spoločnosť, sľubuje svojim klientom po celom svete "Growth from Knowledge" (rast na základe znalosti). Pre viac informácií navštívte stránky www.gfk.com/sk alebo sledujte GfK na Twitteri: <https://twitter.com/GfK>