

## Прес-реліз

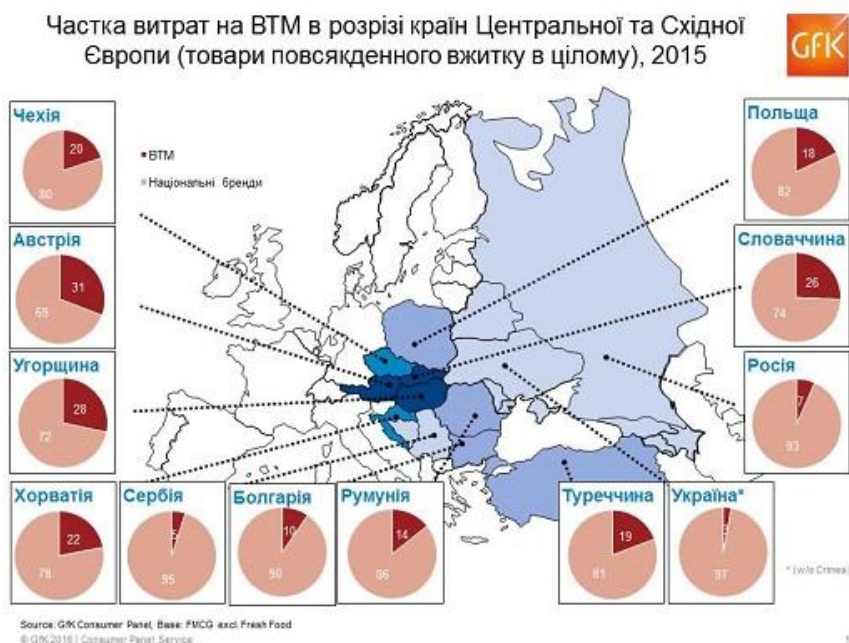
### Частка ВТМ в Україні залишається відносно низькою

19 липня 2016 року

Контактні особи:  
Ксенія Швець,  
молодший дослідник,  
GfK Ukraine  
[kseniia.shvets@gfk.com](mailto:kseniia.shvets@gfk.com)

Марія Губаренко  
Менеджер з маркетингу та  
комунікацій  
GfK Ukraine  
Тел.: (044) 230-0260  
[pr.ukraine@gfk.com](mailto:pr.ukraine@gfk.com)

Київ, 19 липня 2016 року - У 2015 році частка власних торгових марок в категоріях товарів, які українці купують щодня (їжа, напої, засоби для чищення та миття, товари для дому, персональна гігієна), в Україні залишається невисокою – лише 3%. Це менше, ніж в будь-якій іншій країні Східної Європи. Про це свідчать дані Споживчої панелі домогосподарств GfK Ukraine.



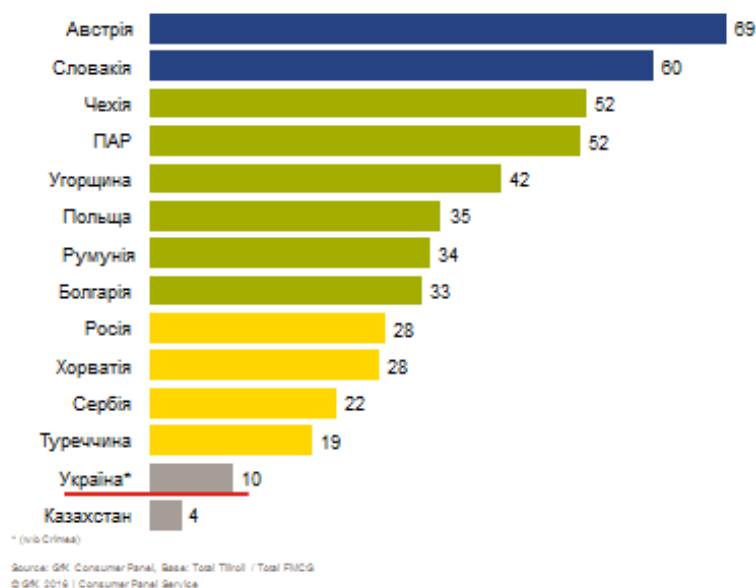
Подібний результат пояснюється низкою причин. Перш за все, частка форматів сучасної торгівлі та концентрація торговельних мереж в Україні залишається відносно низькою порівняно до сусідніх країн: топ-3 торговельних мереж займає лише 10% ринку, а у форматах сучасної торгівлі купується лише 23% товарів повсякденного вжитку.

GfK Ukraine  
(ГФК Юкрейн)  
б-р Лесі Українки, 34, оф. 601  
Київ, 01133, Україна

Тел.: (044) 230-0260  
Факс: (044) 230-0262  
[gfk.com/uk-ua/](http://gfk.com/uk-ua/)

Зареєстровано в Україні  
Код: #23512435

### Частки топ-3 груп ритейлерів, 2015



Окрім того, темп приросту ВТМ в 2016 році уповільнився. Так, в 2015 році витрати на ВТМ зросли на 50% в грошовому вимірі, а за 5 місяців 2016 року – на 20%.

### Купівля ВТМ скоріше випадкова, ніж цілеспрямована

#### Покупці, %



#### Частка в обороті ВТМ, %



До того ж, значна кількість покупців надають перевагу іншим маркам, а вибір ВТМ для них скоріш випадковий: не рідше ніж раз на тиждень будь-



яку ВТМ купує тільки кожен п'ятий український споживач, більшість – раз на місяць чи ще рідше.

### **Довідкова інформація**

Споживча панель домогосподарств Consumer Panel Services GfK Ukraine функціонує з січня 1999 року. Дослідження охоплює 4000 домогосподарств (більш ніж 10 000 чоловік) по всій Україні, які щоденно звітують про свої покупки більш ніж по 70 групам товарів щоденного споживання.

Також три рази на рік (в січні, травні та вересні) на Панелі проводиться ОМНІБУС Consumer Panel Services, який дозволяє одержувати інформацію щодо мотивів, переваг, поведінки споживачів, яка може бути пов'язана з панельними даними про споживання.

За більш детальною інформацією щодо методології та результатів дослідження Споживчої панелі Consumer Panel Services GfK Ukraine просимо звертатися до Ксенії Швець (kseniia.shvets@gfk.com, тел.: 230-0260).

### **Інформація про GfK**

GfK є надійним джерелом достовірної інформації про ринки та споживачів, що допомагає клієнтам приймати розумні рішення. Понад 13 тисяч експертів з маркетингових досліджень поєднують власну пристрасть до роботи та багаторічний досвід GfK у сфері аналітики. Завдяки цьому GfK вдало поєднує розуміння глобальних ринків із знанням про локальні особливості понад 100 країн світу. Використовуючи новітні технології та аналітичні методи, GfK перетворює великі масиви даних на розумні рішення та тим самим допомагає своїм клієнтам підвищувати конкурентоздатність та покращувати досвід та вибір споживачів.

Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт [www.gfk.com/uk-ua/](http://www.gfk.com/uk-ua/) або стежити за новинами на Twitter: [https://twitter.com/GfK\\_ua](https://twitter.com/GfK_ua).