

Прес-реліз

Європейський ринок стаціонарної роздрібної торгівлі зросте на 2,1% у 2018 році

24 травня, 2018

Cornelia Lichtner
Public Relations
Т +49 7251 9295 270
cornelia.lichtner@gfk.com

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

Компанія GfK провела дослідження європейського ринку роздрібної торгівлі

Брухзаль, Німеччина, 22 травня 2018 року – в 2018 році компанія GfK прогнозує номінальне зростання обороту роздрібної торгівлі на 2,1% у 28 країнах-членах ЄС. Однак тенденції в окремих країнах дуже різняться. Тимчасом як у таких країнах, як Франція, Іспанія та Угорщина, очікується відчутне зростання, країни з низькими темпами розвитку матимуть менш сприятливі умови через незначну інфляцію. Наводимо деякі висновки опублікованого безкоштовного дослідження роздрібного ринку європейських країн у 2018 році, яке здійснила компанія GfK.

Внаслідок Брекзиту європейська економіка зазнає серйозних змін на додачу до різних економічних та політичних проблем. Невизначеність майбутніх умов торгівлі з США викликає стурбованість щодо потенційного впливу на європейський експорт. Як і в попередні роки, фахівці компанії GfK у сфері геомаркетингу вивчали поточну та очікувану ситуацію на роздрібному ринку в Європі шляхом комплексного аналізу ключових показників роздрібу. Безкоштовне дослідження GfK "[Європейський ринок роздрібної торгівлі в 2018 році](#)" (англійською) містить аналіз тенденцій у 32 європейських країнах та прогноз товарообігу на 2018 рік, що допоможе зорієнтуватися в ситуації керівникам роздрібних торгових підприємств, інвесторам та розробникам проектів.

GfK GeoMarketing GmbH
www.gfk.com/geomarketing
geomarketing@gfk.com

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/

«Усі європейські країни успішно скористалися з економічного зростання в 2017 році, – говорить д-р Йоханнес Шамель, керівник дослідження та спеціаліст GfK з роздрібної торгівлі. – Загалом ми очікуємо подальшого зростання стаціонарної роздрібної торгівлі в 2018, хоча в деяких країнах зростання обороту та підвищення цін взаємно покривають одне одного».

Ключові висновки дослідження

- Купівельна спроможність.** У 2017 р. у 28 країнах-членах ЄС середня купівельна спроможність населення складала 16 436 євро, що відповідає номінальному зростанню на 1,9 відсотка в порівнянні з попереднім роком. Серед країн ЄС тільки у Великобританії купівельна спроможність зменшилась на 1,5 відсотка, що частково є результатом девальвації британського фунта. Крім Великої Британії, динаміка попередніх років продовжується: темпи зростання – вище середніх, особливо в країнах Центральної та Східної Європи.
- Прогноз обороту на 2018.** Зростання попиту минулого року дозволило компенсувати втрати стаціонарним роздрібом частки ринку через онлайн-торгівлю. У 2018 році компанія GfK прогнозує номінальне зростання обороту на 2,1% у 28 країнах-членах ЄС. Це трохи нижче прогнозованого рівня інфляції, тож очікується доволі помірне зростання роздрібно обороту в Європі. Завдяки постійному зростанню доходів, країни Східної Європи, що посідали провідні позиції у попередні роки, знову є лідерами в 2018 році. GfK передбачає стійкі темпи зростання в Болгарії (+5,3 відсотка), Угорщині (+6,0 відсотка), Чехії (+6,5 відсотка) та Румунії (+7,5 відсотка).
- Інфляція.** Хоча в 2017 році рівень інфляції становив 1,7 відсотка, 28 країн-членів ЄС знову наблизились до запланованого Європейським центральним банком (ЄЦБ) росту споживчих цін на 2 відсотки. Споживачам у багатьох східноєвропейських країнах, які долали дефляцію в попередні роки, довелося витратити більше на ті самі товари. Оскільки ЄЦБ оголосив, що не буде змінювати базові відсоткові ставки до 2019 року, GfK прогнозує, що тенденція ринку роздрібно торгівлі у 2018 році буде такою самою, як і минулого року. Очікується, що ціни в країнах ЄС зростуть на 1,9 відсотка. Важливо зазначити, що цей прогноз не враховує ескалації торгового спору між ЄС та Сполученими Штатами.
- Торгові площі.** У 2017 році спостерігалось зростання абсолютного показника торгових площ у європейських країнах. Єдиним винятком були Нідерланди із зниженням показника на 0,4 відсотка. Проте інша картина спостерігається, якщо проаналізувати показник торгових площ на душу населення: у половині досліджуваних країн він не мінявся або навіть зменшувався. Показник торгових площ на душу населення сильно коливається по всій Європі. Наприклад, мешканці країн Бенілюксу мають більше ніж в два рази більше роздрібних торгових площ (1,48-1,64 м²), ніж мешканці Румунії (0,72 м²).
- Прибутковість торгової площі.** Як і у випадку з показником торгових площ на душу населення, дохідність торгових площ різниться по всій Європі. Наприклад, у

Швеції вона скоротилася на 1,5% – до € 6/м², і це поки що високий рівень. У Бельгії в 2017 році також спостерігалось зниження дохідності торгових площ, хоча падіння було відносно незначним – лише на 1,1 відсотка. В Угорщині обмежувальні норми територіального планування разом з протекціоністськими тенденціями уповільнили розширення ринку роздрібною торгівлі. Внаслідок цього розвиток нових великих торгових площ був обмеженим. Значне зростання роздрібного товарообігу призвело до збільшення дохідності торгових площ, яка зросла минулого року на 6,9% – до € 2 977/м². Динамічне зростання дохідності торгових площ також дещо врівноважує зростання витрат на оренду на вузькому ринку комерційної нерухомості в інших країнах Східної Європи.

Інформація про дослідження

Загалом в дослідженні компанії GfK було проаналізовано такі ринкові показники 32 європейських країн: купівельна спроможність, роздрібний товарообіг та частка роздрібних покупок у загальних витратах населення. Також представлено прогноз обороту роздрібною торгівлі на 2018 р. і аналіз сегменту моди, на який, до речі, тисне онлайн-торгівля. Розглянуто тенденції споживчих цін, торгових площ та їх дохідності. Дослідження включає також 4-сторінковий аналіз впливу роздрібною торгівлі на зміни годин праці в неділю в Угорщині. Обороти і купівельна спроможність обчислені за курсом євро станом на 9 листопада 2017 р. для національних валют (за даними Європейської комісії). Останній термін для збору інформації та даних – квітень 2018 р.

24 сторінки дослідження можна завантажити у форматі PDF за посиланнями: www.gfk-geomarketing.com/european-retail англійською мовою та www.gfk-geomarketing.de/handel-europa німецькою мовою.

Ілюстрації для друку можна знайти [ТУТ](#).

Про GfK

GfK поєднує дані й науку. Новітні дослідницькі рішення дозволяють отримати відповіді на ключові питання бізнесу щодо споживачів, ринків, брендів та медіа – зараз і в майбутньому.

GfK, партнер в сфері досліджень та аналітики, обіцяє своїм клієнтам по всьому світу зростання завдяки знанням. Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт: gfk.com/uk-ua/ або стежити за новинами в Twitter: twitter.com/gfk_ua.