

Прес-реліз

Вже 74% домогосподарств є покупцями сучасних форматів роздрібної торгівлі

10 червня 2014 року

Контактна особа:
Євгенія Єгорова
Менеджер з розвитку бізнесу
Тел.: (044) 230-0260
pr.ukraine@gfk.com

Київ, 10 червня 2014 року – За результатами першого кварталу 2014 року кількість покупців форматів сучасної торгівлі (гіпермаркетах, супермаркетах, дискаунтерах та С&С) збільшилася на 6% порівняно до аналогічного періоду 2013 року. Про це свідчать дані регулярного дослідження «Монітор роздрібної торгівлі» на базі Споживчої панелі домогосподарств GfK Ukraine.

За результатами першого кварталу 2014 року в Україні 74% домогосподарств купували товари широкого вжитку (FMCG) в сучасних форматах роздрібної торгівлі (гіпермаркетах, супермаркетах, дискаунтерах та С&С). Порівняно з аналогічним періодом 2013 року кількість покупців в сучасних форматах зросла на 6%.

Найбільшими темпами росла кількість покупців гіпермаркетів (+18%) та дискаунтерів (+10%). Відповідно виріс оборот та частка цих форматів на ринку товарів широкого вжитку (FMCG). Свій вклад в успіх цих форматів внесли мережі гіпермаркетів Auchan, Там Там та Velmart, а також дискаунтер, лідер ринку, торгівельна мережа АТБ.

Щодо супермаркетів – найбільш розвиненого каналу сучасної торгівлі в Україні, то ситуація неоднозначна: кількість покупці в цілому теж росла (+6%), проте вони витрачали в цьому форматі менше, не зважаючи на зростання цін у першому кварталі 2014 року.

Водночас традиційні канали торгівлі (магазини поблизу дому та гастрономи) втрачали своїх покупців.

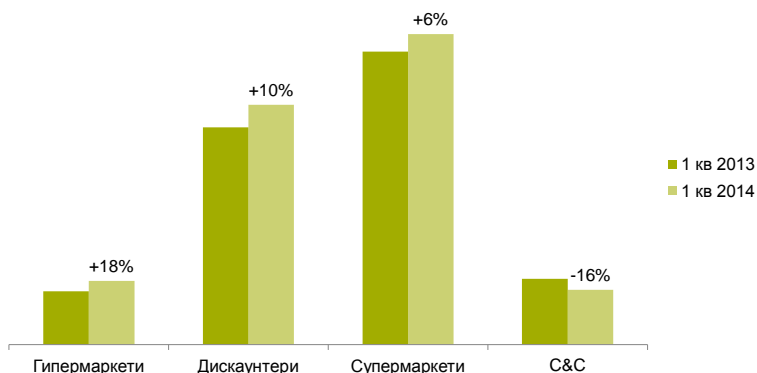
GfK Ukraine
(ГФК Юкрейн)
б-р ЛесіУкраїнки, 34, оф. 601
Київ, 01601, Україна

Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262

info.ukraine@gfk.com
www.gfk.ua

Зареєстровано в Україні
Код: #23512435

Як змінилась кількість покупців в форматах сучасної торгівлі в першому кварталі 2014 року порівняно до першого кварталу 2013 року



Джерело: Споживча панель домогосподарств GfK Ukraine.
Враховано більш ніж 60 категорій товарів (їжа, напої, засоби особистої гігієни, чистячі та миючі засоби), що включені в Споживчу панель домогосподарств.

1

Довідкова інформація щодо дослідження

«Монітор роздрібної торгівлі» на базі Споживчої панелі домогосподарств виходить кожного кварталу та інформує щодо змін в форматах як сучасної, так й традиційної та нерегулярної торгівлі. В даному дослідженні можна прослідкувати як змінюються частка ринку торгових форматів та окремих мереж, кількість та лояльність покупців, частота покупки та багато іншого.

Споживча панель домогосподарств Consumer Panel Services GfK Ukraine функціонує з січня 1999 року. Дослідженням охоплюється 5000 домогосподарств (більш ніж 10 000 чоловік) по всій Україні, які щоденно звітують про свої покупки більше ніж по 60 групам товарів щоденного споживання.

За більш детальною інформацією щодо просимо звертатися до Ірини Кальченко (irina.kalchenko@gfk.com, тел.: (044) 230-0260).

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 80-річний 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 або стежити за новинами на Twitter: https://twitter.com/GfK_en.