



Українці найбільше задоволені великими форматами торгівлі

- Українці все більше віддають перевагу сучасним форматам торгівлі при купівлі продовольчих та непродовольчих товарів: 73% респондентів купують ці товари в гіпермаркетах, супермаркетах або невеликих магазинах самообслуговування.
- Лідером серед роздрібних мереж, в яких здійснюється найбільша кількість покупок, є «АТБ-маркет» – 14% українців вважають її своїм основним місцем покупок.
- Зручне розташування магазину, прийнятний рівень цін та широкий асортимент товарів – це головні причини вибору основного місця здійснення покупок.
- Лідерами за задоволеністю покупців в цілому є мережі «Караван», «Ашан» і METRO.

Дата

27 січня 2010 року

Контактна особа:
Євгенія Єгорова
pr.ukraine@gfk.com

Про це свідчать результати дослідження ринку роздрібно́ї торгівлі України, яке компанія GfK Ukraine здійснила в листопаді-грудні 2009 року.

Великі роздрібні мережі – основні місця покупок для українців

За результатами 2009 року мережа магазинів «АТБ-маркет» суттєво посилила свої позиції і залишилася лідером на ринку: 14% респондентів назвали її своїм основним місцем покупок, що на 5 п.п. більше показника 2008 року. Зокрема, «АТБ-маркет» лідирує в Східному та Центральному регіонах.

Друге місце займає мережа «Сільпо», перевагу якій віддають 11% українців (порівняно з 8% за результатами 2008 року). Ця мережа найбільш популярна в Києві та Західному регіоні. Далі з мінімальним розривом між собою йдуть «Амстор», «Фуршет», METRO та «Велика кишеня» (кожній з них надають перевагу 5-7% українців).

Загалом 73% українців назвали гіпермаркети, супермаркети або невеликі магазини самообслуговування основними місцями здійснення покупок продуктів харчування у 2009 році, що на 5 п.п. більше показника 2008 року. Звичайний ринок залишається основним місцем покупок для 17% українців проти 22% у 2008 році. Покупка основної частки продовольчих товарів на ринках найбільш характерна для мешканців Північного регіону, тоді як кияни менше за інших купують на ринках.

GfK Ukraine
(ГФК Юкрейн)
бул. Лесі Українки 34, оф.601
Київ, 01601, Україна

Адреса для кореспонденції:
а/с 153, Київ, 01010, Україна

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

е-mail: info.ukraine@gfk.com
Інтернет: www.gfk.ua

Зареєстровано в Україні
Код: #23512435

Таблиця 1. Місця покупки, де здійснюють найбільше покупок товарів повсякденного попиту у 2009 році (основне місце покупок)

Місце покупки	% респондентів
Супермаркет (великий продуктовий магазин, 4-15 кас)	52
Гіпермаркет (більше 15 кас, більша частка непродовольчих товарів)	17

Ринок, вулична торгівля, кіоск, палатка, павільйон	17
Магазин гуртової торгівлі	7
Невеликий магазин із самообслуговуванням (менше 4 кас)	4
Продуктовий магазин із обслуговуванням продавцем через прилавок	2

Як українці обирають роздрібні мережі

Серед основних причин вибору основного місця здійснення покупок покупці називають розташування поблизу дому чи роботи (70% респондентів), прийнятний рівень цін (38%), а також широкий асортимент товарів (34%).

Серед усіх факторів роботи роздрібних мереж, найбільше покупців задоволені режимом роботи, атмосферою в магазині (розміщення товарів, чистота), найменше – широтою асортименту непродовольчих товарів та додатковими послугами (послуги з пакування, безкоштовні пакети). Лідерами за задоволеністю покупців є мережі «Караван», «Ашан» і METRO, що свідчить про перспективу розвитку великих форматів в Україні.

Довідкова інформація

В основі Дослідження ринку роздрібної торгівлі України 2009 лежить опитування жителів міст України з населенням більше 50 тис. Було опитано 1003 випадково відібраних респондентів. Респондентом була людина, яка відповідає в домогосподарстві за здійснення щоденних покупок продуктів харчування та непродовольчих товарів повсякденного вжитку. Максимальна статистична похибка вибірки дорівнює 2,9%.

Опитування проводилося в листопаді-грудні 2009 року.

Метод опитування – комп'ютеризоване телефонне інтерв'ю.

Для отримання більш детальної інформації просимо звертатися до Тетяни Яблонівської, старшого дослідника відділу досліджень ринку послуг GfK Ukraine: tetyana.yablonovska@gfk.com, тел.: (044) 230-0260.

GfK Ukraine – українська дослідницька компанія, яка пропонує повний перелік послуг з опитувань та досліджень ринків в Україні, Молдові та Білорусі. GfK Ukraine входить до міжнародної дослідницької мережі GfK Group – четвертої за розмірами дослідницької групи в світі. GfK Group об'єднує більше 115 компаній у 100 країнах світу.