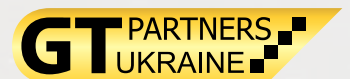


Анализ рынка продовольственных дискаунтеров в Украине, 2015 г.: Тенденции и перспективы развития

Украина. Июнь 2015 г.



Исследовательская компания
GT Partners Ukraine



Комплексные исследования рынков розничной торговли,
потребительских товаров (FMCG) и недвижимости

+380 44 383 01 09

+380 50 378 78 61

office@gtpartners.com.ua

<http://www.gtpartners.com.ua/>

Содержание

Список таблиц и диаграмм, использованных в исследовании

О компании GT Partners Ukraine

Суть понятия «дискаунтер»

Макроэкономическая картина Украины

Развитие дискаунтеров в Западной и Центрально-Восточной Европе

Актуальные тенденции развития дискаунтеров в Украине

Причины отсутствия жестких дискаунтеров в Украине

Критерии создания сети дискаунтеров

Характеристики отдельных операторов, работающих в формате «дискаунтер» в Украине

Прогнозы и перспективы развития дискаунтеров в Украине

Карта насыщенности регионов Украины мягкими дискаунтерами, кв.м. торговой площади на 1000 жителей, май 2015 г.

Список таблиц и диаграмм

Типовая классификация дискаунтеров

Макроэкономические показатели развития экономики Украины, 2006-2014 гг.

Основные показатели развития потребительского рынка в Украине, 2006-2014 гг.

Динамика розничного товарооборота предприятий Украины, 2004-2014 гг., млн грн

Индекс инфляции в Украине, 2004-2014 гг.

Насыщенность стран Европы жесткими и мягкими дискаунтерами, ед./1 млн жителей, май 2015 г.

Количество мягких и жестких дискаунтеров в странах Европы, май 2015 г., ед.

Динамика роста глобального товарооборота в ключевых каналах продаж, 2007-2017 гг., млрд USD

Динамика роста количества торговых точек самых популярных FMCG форматов в мире, 2007-2017 гг., ед.

Центрально-Восточная Европа: Динамика роста товарооборота в ключевых каналах продаж, 2007-2017 гг., млрд USD

Крупнейшие операторы дискаунтеров в отдельных странах Европы

Доля дискаунтеров в общем обороте FMCG магазинов современных форматов Украины и Польши, 2014 г., млрд USD

Крупнейшие сети дискаунтеров Польши и Украины

Форматы магазинов FMCG, которые открывались в Украине в 2014 году, %

Основные розничные форматы FMCG магазинов в Украине, кв.м.

Самые популярные форматы FMCG магазинов в Украине, % от общего товарооборота сетевой розничной торговли, 2014 г.

Динамика роста количества мягких дискаунтеров в Украине, 2001-2015 гг.

Динамика роста суммарной торговой площади мягких дискаунтеров в Украине, 2001-2015 гг., кв.м.

Объемы продаж дискаунтеров в Украине и Польше, 2006-2015 гг., млн USD

Города Украины, где присутствуют дискаунтеры, май 2015 г.

Крупные города Украины, в которых нет дискаунтеров

Крупные города Украины с низкой насыщенностью дискаунтерами

Крупные города Украины с высокой насыщенностью дискаунтерами

Распределение количества дискаунтеров по регионам Украины, %

Количество магазинов и рынков в Украине, 1995-2014 гг., ед.

Динамика роста форматов FMCG магазинов в Украине в 2010-2014 гг., кв.м.

Динамика роста торговых площадей сети "АТБ" в Украине, 2008-2014 гг., кв.м

Динамика роста товарооборота магазинов "АТБ", 2008-2014 гг., млн грн.

Распределение городов Украины по населению, шт.

Насыщенность территории Украины магазинами разных форматов, кв.м./1000 жителей, 2014 г.

Сравнительная таблица насыщенности регионов Украины мягкими дискаунтерами

Количество магазинов магазинов-юридических лиц в Украине, 2000-2014 гг., тыс. ед.

О компании GT Partners Ukraine

GT Partners Ukraine является независимой исследовательской и медиа-группой, которая специализируется на проведении комплексных исследований рынков розничной торговли, потребительских товаров (FMCG) и недвижимости. Компания GT Partners Ukraine располагает одноименным исследовательским подразделением, а также онлайн-порталами о розничной торговле Украины (www.allretail.ua) и Беларуси (www.allretail.by).

Ключевыми партнерами нашей компании являются торговые операторы, производители товаров FMCG, консалтинговые компании, девелоперы, логисты.

Компания GT Partners Ukraine с 2008 года отслеживает динамику роста торговых точек и торговых площадей в сетевых магазинах Украины. В настоящее время мы ежеквартально анализируем данные по физическим показателям около 100 крупнейших ритейлеров Украины в разрезе форматов, регионов и городов.

Тел. +38 044 383 01 09
+38 050 378 78 61
E-mail: office@gtpartners.com.ua
www.gtpartners.com.ua
www.allretail.ua



Нам доверяют



Этот отчет был подготовлен компанией GT Partners Ukraine в целях информации. Отчет основан на собственных маркетинговых исследованиях или предоставленных нам материалах, которые мы считаем надежными и достоверными.

Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по инвестициям. При формировании данного материала основными принципами GT Partners Ukraine были комплексность и точность информации, однако мы не гарантируем отсутствие фактических ошибок. Мы будем Вам очень признательны, если Вы сообщите нам о таких ошибках и оперативно отредактируем информацию.

GT Partners Ukraine не несет ответственность за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в настоящем отчете, а также за последствия, вызванные неполной представленной информацией.

Дополнительная информация предоставляется по индивидуальному запросу. Этот документ или любая его часть не может распространяться либо тиражироваться любыми способами без предварительного письменного разрешения компании GT Partners Ukraine.

Copyright © GT Partners Ukraine

Суть понятия «дискаунтер»

Доказано, что чем больше насыщенность рынка, тем более широко представлены на нем разнообразные форматы организованной торговли. Борьба за потребителя, жесткая конкуренция вынуждают розничных операторов искать пути усиления своих позиций на рынке, часто – путем диверсификации деятельности. В то же время, с точки зрения покупателя у него есть выбор: покупать более дешевую продукцию и при этом ущемлять себя в другом (например, качестве обслуживания, широте ассортимента) или совершать покупки в более комфортных условиях.

Развитие торговых сетей дискаунтеров рассматривается как попытка построения более конкурентоспособной формулы магазина по сравнению с обычными магазинами у дома, а также супер- и гипермаркетами. **Главное преимущество дискаунтеров над конкурентами при этом заключается, прежде всего, в ключевой роли цен в стратегии их позиционирования.**

В каждой отдельно взятой стране Европы сети магазинов формата «дискаунтер» играют разную роль. Первые подобные торговые точки на континенте появились в начале 60-х годов прошлого столетия в Германии (магазин Aldi в 1962 г.), а активное их развитие в Западной Европе началось через 10 лет. Сегодня Aldi является крупнейшей сетью дискаунтеров в мире. Немецкие сети дискаунтеров являются также европейскими лидерами в этом формате.

Для определения понятия магазина формата «дискаунтер» в первую очередь следует выделить его **характерные черты:**

- *пониженный уровень цен, ограниченный товарный ассортимент и сокращенное до минимума обслуживание персонала;*
- *обеспечение текучести продаж неизменной ассортиментной матрицы, которая лучше всего соответствует потребностям целевой аудитории;*
- *стратегия экономии на всем: на оборудовании для магазина, обслуживании, логистике и управлении товарными остатками.*

Несмотря на сходство, определяющее дискаунтеры к единому розничному формату торговли, такие магазины также и отличаются во многих отношениях. На сегодняшний день группа торговых сетей дискаунтеров классифицируется на: жесткие дискаунтеры (hard discount), мягкие дискаунтеры (soft discount), супермаркеты-дискаунтеры с расширенным ассортиментом (extended range discount) и гипермаркеты-дискаунтеры (warehouse stores). Кроме того, сети дискаунтеров разнятся между собой площадью торгового зала, шириной ассортимента и ценовой стратегией.

Типовая классификация дискаунтеров

Вид дискаунтера	Общая площадь, кв.м.	Ассортимент продукции (количество позиций)	Ценовая разница по сравнению с традиционным супермаркетом, %	Представители
Жесткий дискаунтер	300 – 1 000	500 - 1 000	15-30	Aldi, Biedronka, Lidl
Мягкий дискаунтер	разная	1 500 - 2 000	10-15	Plus, Leader Price, Penny
Супермаркет-дискаунтер	1 000 - 2 000	5 000 - 10 000	5-15	Leclerc, Intermarche, Atac
Гипермаркет-дискаунтер	3 000 - 7 000	5 000 – 8 000	5-10	Kaufland