

Maloobchod v postkomunistické Evropě ovládají hypermarkety

Author: SF / pb | Published: 04.03.2008

Podle reprezentativního výzkumu Shopping Monitor Central & Eastern Europe 2008 pořádaného společnostmi GfK a INCOMA v 11 zemích střední a východní Evropy (Bulharsko, Česká republika, Chorvatsko, Maďarsko, Polsko, Rumunsko, Rusko zastoupené Moskvou a Petrohradem, Srbsko a Černá Hora, Slovensko, Slovinsko a Ukrajina zastoupená Kyjevem), jsou v tomto regionu vedoucím nákupním formátem hypermarkety. Celkově 25 % spotřebitelů v této části Evropy uvádí hypermarket jako své hlavní nákupní místo rychloobrátkového zboží; to představuje 32,7 milionu zákazníků (toto číslo zahrnuje jak přímé zákazníky, tak členy jejich domácností). Diskonty představují hlavní nákupní místo potravin již pro 18 % domácností. Diskontní řetězce přitom vykazují dlouhodobý stabilní růst a postupně vytlačují z pozic supermarkety, kdysi vedoucí formát na trhu, jehož současný 21% podíl stačí již jen na celkovou druhou příčku. Mezi jednotlivými zeměmi střední a východní Evropy samozřejmě existují značné rozdíly způsobené jak stupněm vývoje maloobchodní sítě, tak nákupními zvyklostmi místního obyvatelstva. Hypermarkety jsou nejvýznamnějším maloobchodním formátem v České republice, v Moskvě a Petrohradu, v Maďarsku a v Rumunsku. Supermarkety zase vedou v Chorvatsku, v Kyjevě, ve Slovinsku, Srbsku a na Slovensku. Diskontní prodejny mají silné pozice v Moskvě a Petrohradu, v Maďarsku, Polsku a v Čechách. Tradiční malé samoobsluhy jsou velmi populární v Polsku, na Slovensku a v Maďarsku, pultové prodejny zase převažují v Bulharsku.

Výsledky studie SHOPPING MONITOR CEE 2008 ukazují na Rumunsko jako na trh s nejvyšší dynamikou transformace maloobchodní sítě. Zatímco se podíl pultových prodejen potravin na hlavním nákupním místě za poslední čtyři roky snížil o více než 50 % (z 51 % v roce 2003 na pouhých 22 % v roce 2007), popularita hypermarketových formátů naopak dramaticky vzrostla (ze 4 % v roce 2003 na 29 % v roce 2007). Obdobnou cestou jdou i diskonty, které v roce 2005 začínaly téměř od nuly a v roce 2007 už dosahují 13%úrovně preferencí.

04.03.2008 14:52, SF / pb