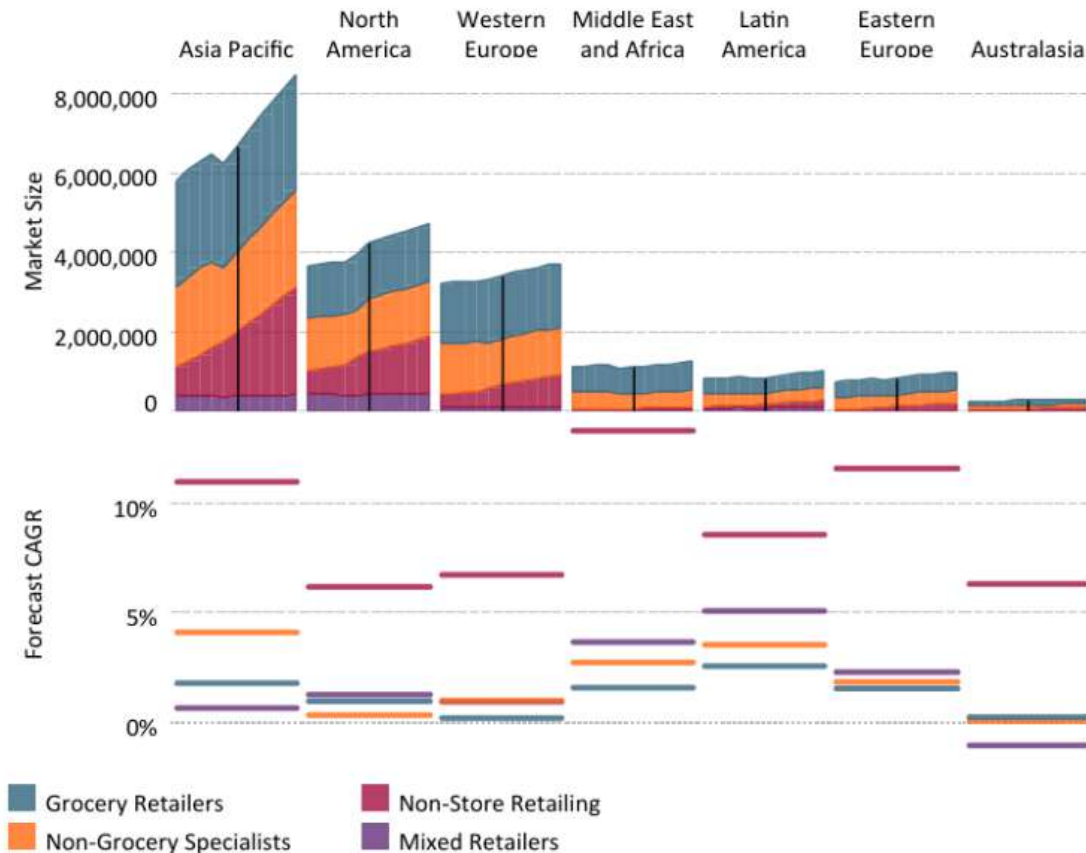


Тренди ритейлу 2023 ЄС та світу



Роздрібні продажі сьогодні

Розмір та зростання за регіонами та каналами (2016-2026)

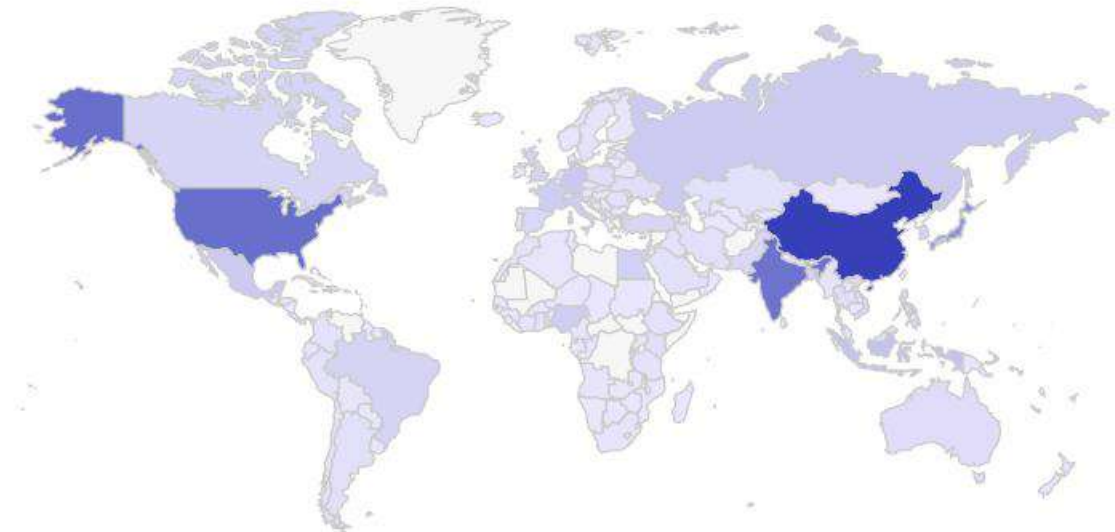


- Азіатсько-Тихоокеанський регіон залишиться найбільшим регіоном роздрібних продажів (39% світових роздрібних продажів у 2021 році).
- Північна Америка і Західна Європа є наступними за величиною регіонами. Хоча роздрібна торгівля в продуктивних магазинах Західної Європи є другою найбільшою в світі після Азіатсько-Тихоокеанського регіону.
- Латинська Америка, Східна Європа та Австралазія були провідними регіонами з точки зору електронної комерції. Проте через більшу споживчу базу Північна Америка та Азіатсько-Тихоокеанський регіон продовжуватимуть лідирувати за обсягами. На Азіатсько-Тихоокеанський регіон припадатиме понад 50% світових продажів електронної комерції до 2026 року.
- Очікується, що Близький Схід і Африка зафіксують найшвидше зростання позамагазинної роздрібної торгівлі в 2021-2026 роках - 13,4%. Проте відставатиме від інших регіонів - 6% позамагазинної торгівлі у 2026 році.

Роздрібні продажі сьогодні

Обсяги роздрібних продажів харчової продукції

- Роздрібні продажі харчової продукції зростатимуть за всіма регіонами світу.
- Азіатсько-Тихоокеанський регіон залишиться найбільшим регіоном роздрібних продажів. Північна Америка і Західна Європа є наступними за величиною регіонами.
- При чому обсяги продажів в Північній Америці та Західній Європі будуть зростати меншими темпами, ніж інші регіони в наступні 4 роки. Найбільше зростання – в країнах Африки та Перської затоки за рахунок зростаючої кількості молодого населення.
- Північна Америка та Азіатсько-Тихоокеанський регіон продовжуватимуть лідирувати за обсягами електронної комерції.



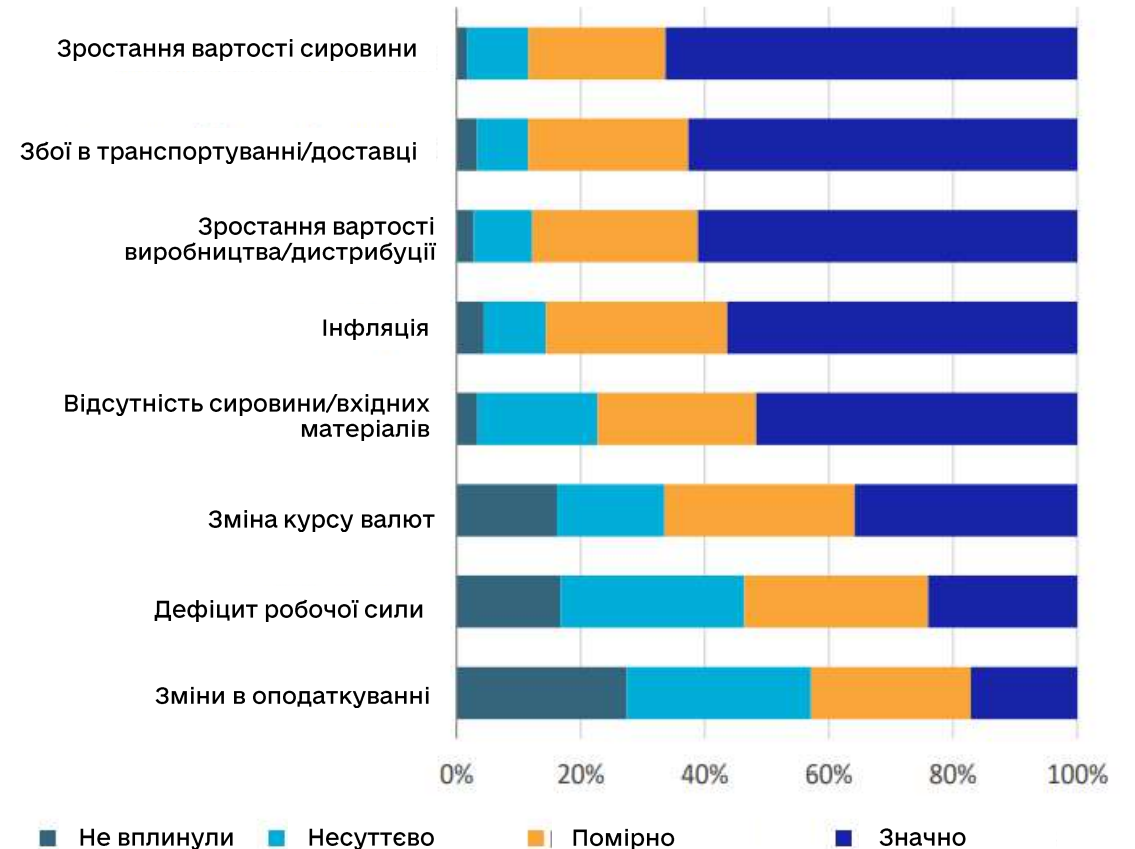
Top 5 (2023) in billion USD (US\$)

1. China	1,386.00
2. United States	996.40
3. India	963.60
4. Japan	687.60
5. Indonesia	289.30

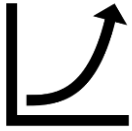
Вплив зростаючих цін та війни росії проти України

- Повномасштабна війна росії проти України спричинила не лише гуманітарну кризу в Європі, але економічні збитки для ритейлерів.
- Майже 90% фахівців галузі вже помітили вплив зростання вартості сировини та інших факторів, спричинених війною, на результати діяльності компаній у 2022 році.
- Найбільше на результати діяльності компаній вплинули зростання вартості сировини та збої в доставці.
- Споживачі змушені переоцінити свої звички до купівлі та віддати перевагу купівлі товарів першої необхідності.

Фактори, що вплинули на результати діяльності ритейлерів у 2022 році



Головні тренди, що формують індустрію роздрібної торгівлі у 2023 році



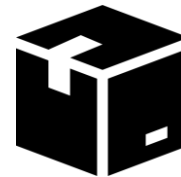
Висока інфляція створює виклики і впливає на поведінку споживачів та ефективність роботи роздрібних мереж.



E-commerce продовжує зростати за всіма регіонами та секторами



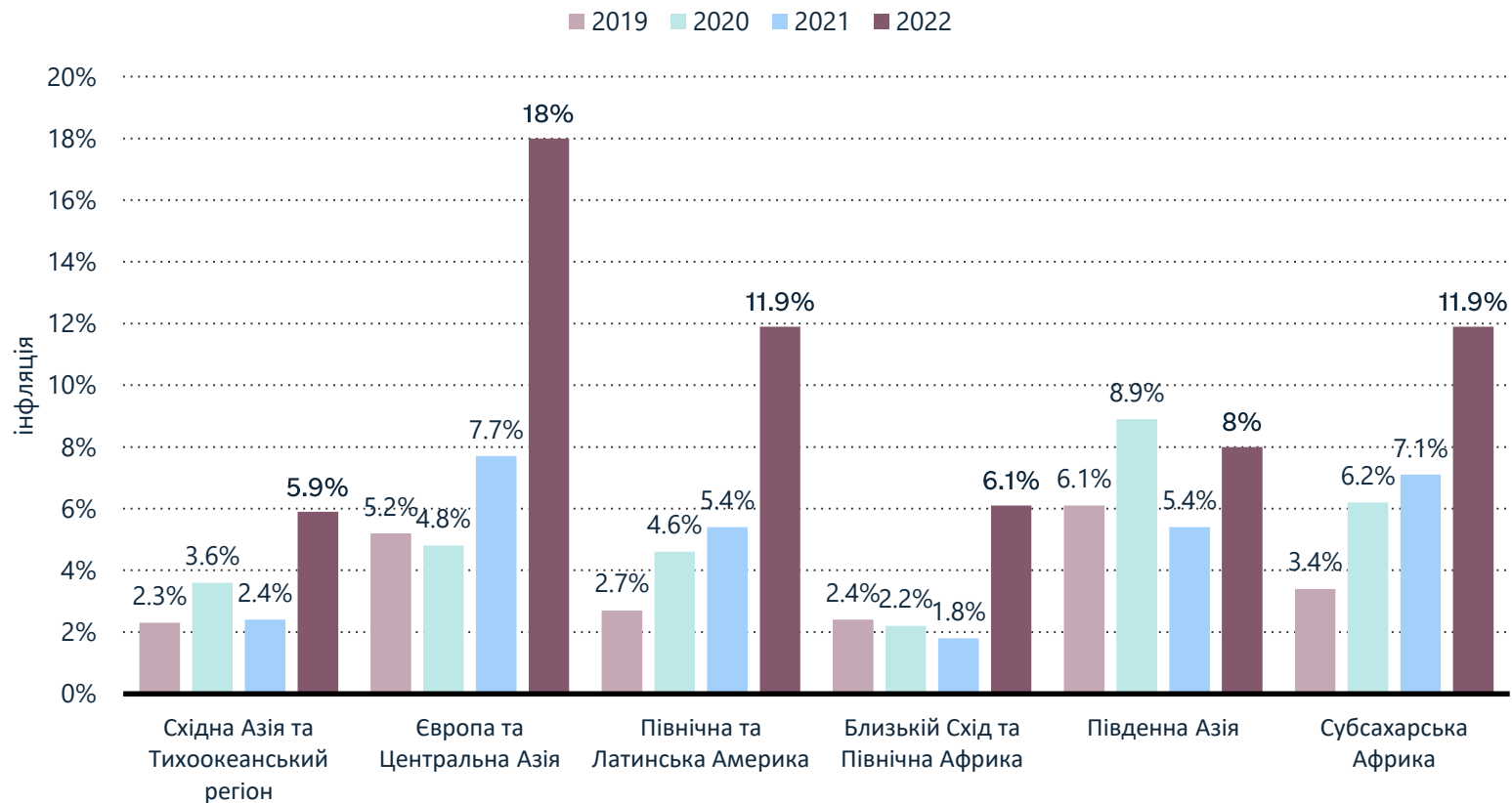
Цифровізація – як в сфері покращення ланцюгів постачань та аналізу споживачів, так і повсюдного досвіду роздрібної торгівлі, починаючи від етапу вивчення продукту перед покупкою, закінчуючи електронними платежами у магазині.



Фокус на швидку доставку: розвиток 4го покоління q-commerce

Інфляція

Середній рівень інфляції продуктів харчування в світі з 2019 по 2022 рік за регіонами



У 2022 році середньорічна інфляція цін на продукти харчування була найвищою в регіоні Європи та Центральної Азії. Зростання цін на продовольчі товари тут сягало в середньому 18%. Для порівняння, у Східній Азії та Тихоокеанському регіоні інфляція сягнула в середньому 5,9% – найменше серед усіх регіонів у 2022 році.

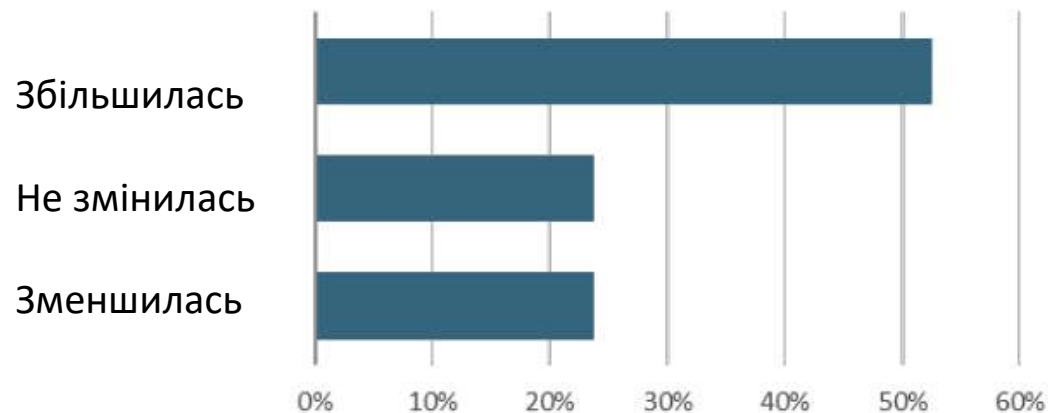
Інфляція

Висока інфляція створює виклики і впливає на поведінку споживачів та ефективність роботи роздрібних мереж.

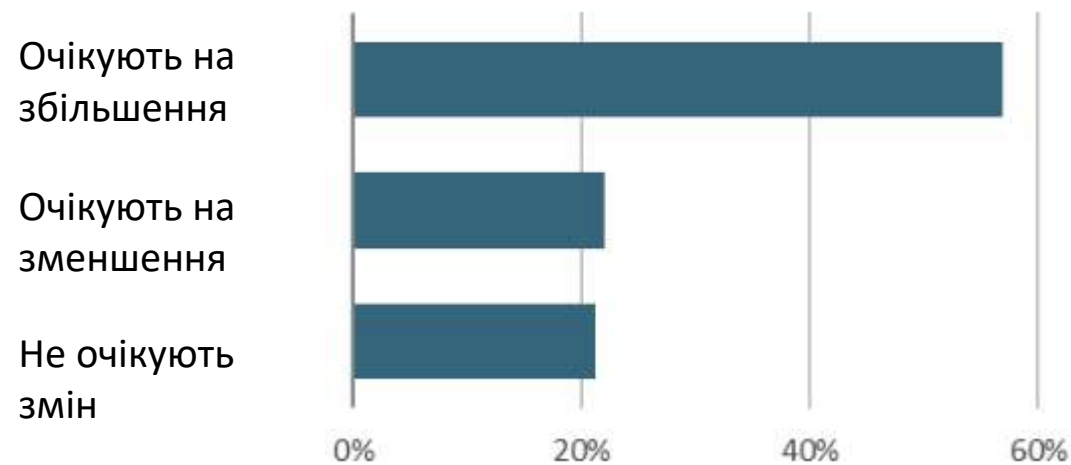
Висока інфляція та проблеми з ланцюгом поставок, що призводить до зростання цін на продукти, впливають і на споживчі витрати в усьому світі. Споживачі змушені переглянути свої звички щодо покупок і віддати перевагу купівлі товарів першої необхідності.

Щоб задовольнити мінливі споживчі уподобання, все більше роздрібних мереж розширюють свій асортимент непродовольчих товарів через проблеми, з якими вони стикаються при дистрибуції харчових продуктів. 53% фахівців роздрібної торгівлі збільшили асортимент непродовольчих товарів у 2022 році, а 57% очікують збільшення протягом наступних п'яти років

Зміна частки товарів, які не відносяться до продуктів харчування, у мережах, які торгують продуктами харчування (2022)

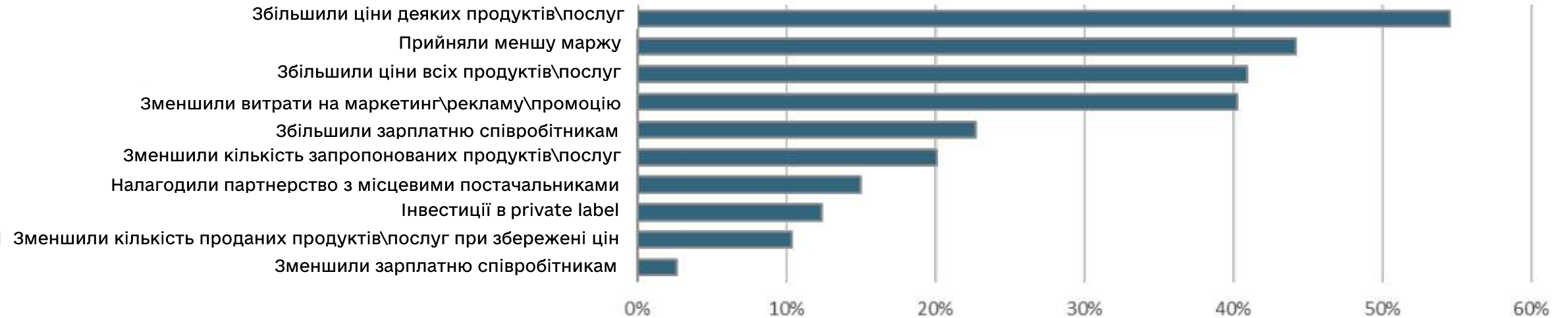


Очікування ритейлерів щодо зміни частки товарів, які не відносяться до продуктів харчування в наступні 5 років



Інфляція

Кроки, які здійснили ритейлери у 2022 році у відповідь на інфляцію

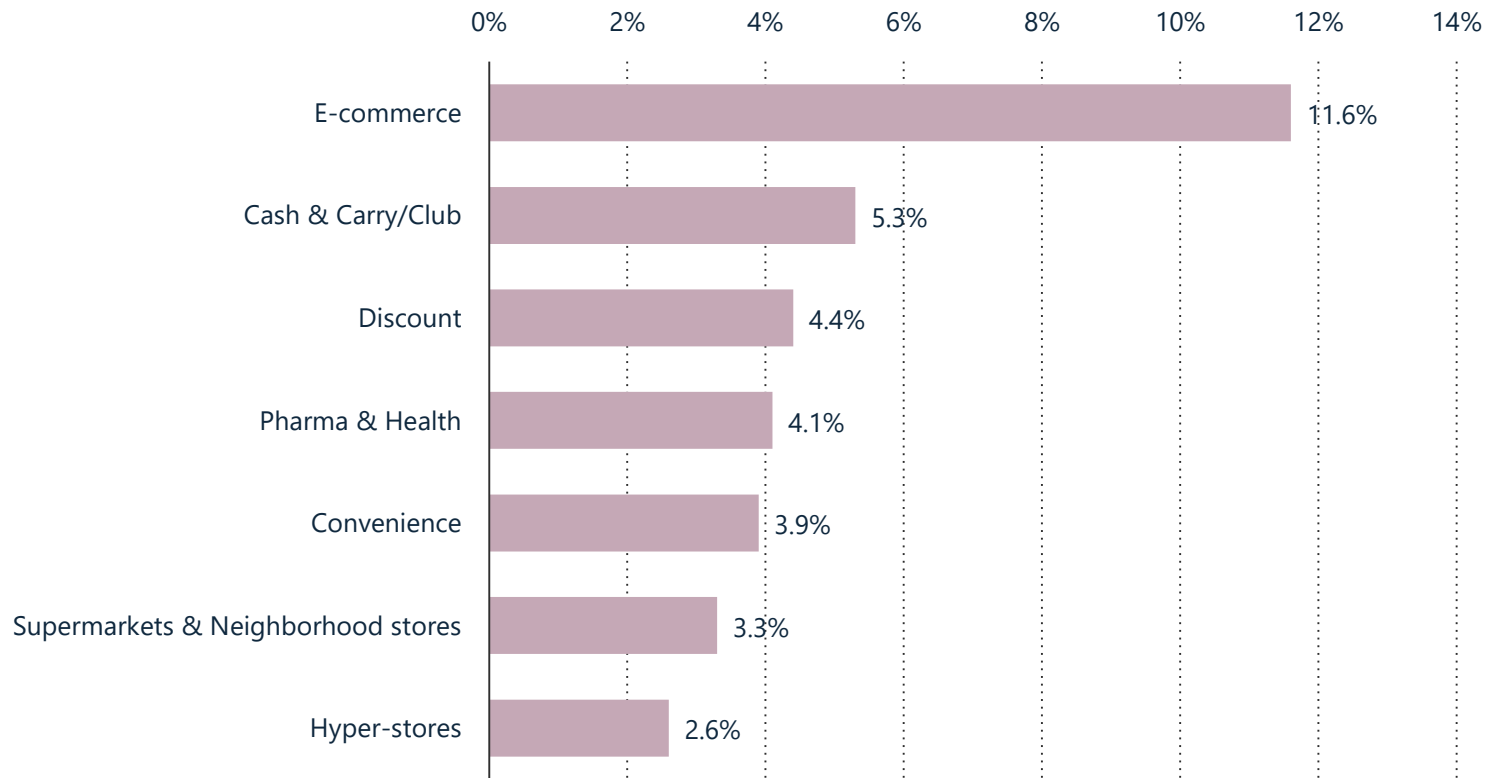


У відповідь на зростаючу інфляцію ритейлери змушені підвищувати ціни, погоджуватися на нижчу маржу або зменшувати витрати на маркетингову діяльність.

У той же час можливий розвиток наступних напрямків:

- Ритейлери можуть переглянути стратегію щодо продуктових категорій, щоб відобразити зміни в купівельній поведінці споживачів і маржі.
- Розвиток private label, оскільки під час криз споживачі, як правило, стають менш лояльними до бренду та шукають дешевші пропозиції.

Прогнозований річний темп зростання продажів продуктів у всьому світі між 2021 і 2026 роками, за каналами



Інфляція відштовхне споживачів від гіпермаркетів до дискаунтерів у 2023 рік

Супермаркети та гіпермаркети втратять частку ринку на користь дискаунтерів у 2023 році, оскільки зниження купівельної спроможності змушує багатьох людей із середнім доходом зменшувати витрати.

Так, Aldi, німецький дискаунт-магазин, обігнав супермаркет Morrisons у вересні 2022 року та став четвертим за величиною роздрібним продуктовим ритейлером у Великій Британії.

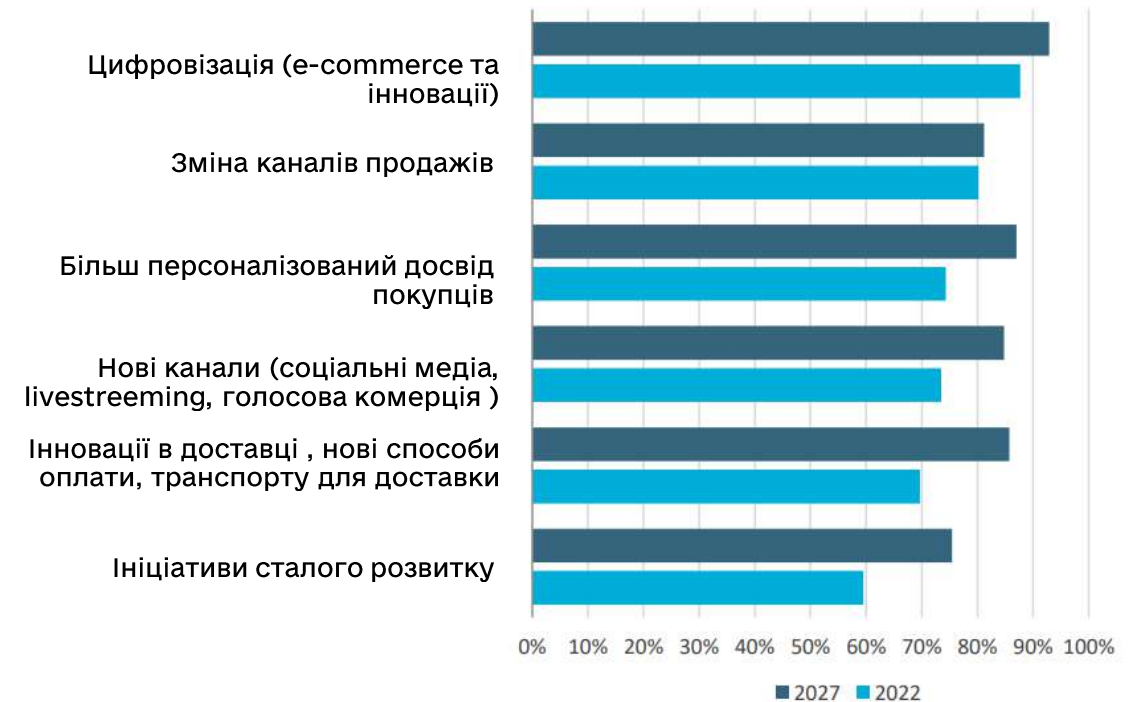
У Франції найбільші дискаунтери, включаючи Aldi та Lidl, розширили свої частки на ринку за останній рік.

Подібні тенденції спостерігаються і на інших ринках. В липні 2022 року (коли інфляція у США зросла до 8,5%) дискаунтери були єдина категорія магазинів роздрібної торгівлі в США, яка зареєструвала зростання кількості відвідувачів. Водночас два найбільші в країні ритейлери, Walmart і Target, показали падіння.

Цифровізація

- Цифровізація залишається найважливішою тенденцією, яка формує роздрібну торгівлю, і залишатиметься такою протягом наступних п'яти років. Цифровізація продовжує кардинально змінювати те, як споживачі здійснюють покупки, від першого пошуку до кінцевої транзакції.
- Споживачі очікують більш персоналізованого досвіду покупок завдяки цифровізації та кількості даних, якими споживачі діляться з роздрібними продавцями.
- Очікується, що цифровізація, інновації в доставці, нові способи оплати, більш персоналізований досвід покупців будуть найважливішими протягом наступних п'яти років.

Вплив тенденцій на роздрібну торгівлю на наступні 5 років, 2022/2027



Цифровізація

- Підготовка до відновлення ланцюга постачання.

Після року перебоїв у ланцюзі поставок, спричинених глобальною пандемією, у 2021 році з'явилися ознаки відновлення. Проте з'являться нові чинники, що впливатимуть у 2022 році – зростаюча інфляція. Тому більшість компаній інвестують у ланцюги постачання, що забезпечити його безперебійність.

- Переосмислення ролі магазину: від Dark store до центрів взаємодії з клієнтами.

57% опитаних фахівців роздрібної торгівлі вважають, що роль традиційного магазину зміниться. В основному будуть відбуватись інтеграції з іншими каналами продажів. Так, ритейлери розглядають такі варіанти як виділення більше місця для видачі замовлень, інтеграцію моделі drive-thru (покупка не покидаючи авто), тощо.

- Перехід до Метавсесвіту

За пандемії фізичні магазини були зачинені, тому зростав попит на віртуальні продукти. Так протягом наступних 5 років споживачі матимуть можливість відвідувати віртуально шоуруми з різними товарами та робити звичні покупки онлайн.

Як AR/VR вплине на комерцію протягом наступних 5 років



Цифровізація

- Цифрові технології.

Цифрові технології дедалі більше інтегруються у життя споживача, тому ритейлери за їх допомогою можуть зробити покупки більш легкими та захоплюючими. Технологічні рішення покращують стратегію роздрібно́ї торгівлі на всіх етапах шляху до покупки: попередня покупка, покупка, доставка, післяпродажний сервіс. Розробка або вдосконалення багатоканальної присутності, розширення мобільного додатку та платформи, індивідуальні рекомендації є найбільш поширеними змінами серед представників роздрібно́ї торгівлі.

Інвестиції та ініціативи пов'язані з цифровізацією, викликані пандемією, у 2021 році



Стратегічні пріоритети ритейлерів

Стратегічні пріоритети на наступні 12 місяців і 5 років



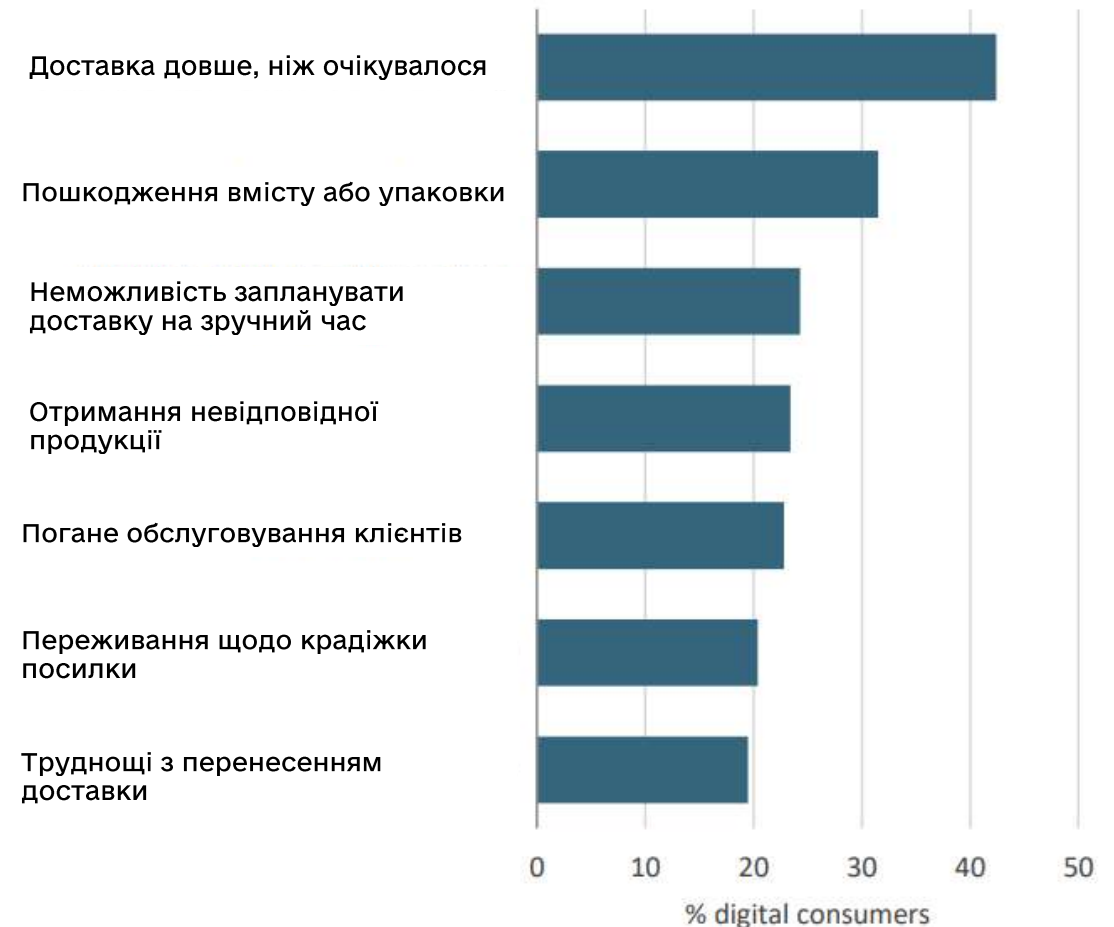
- Протягом 2022 року скорочення операційних витрат, збільшення доходу в онлайн-каналах і покращення взаємодії з клієнтами названі головними пріоритетами для ритейлерів на наступні 12 місяців.
- Інвестиції в ініціативи сталого розвитку, інвестиції в нові технології є найбільшими пріоритетами на наступні 5 років.

Q-commerce

- Доставка за лічені хвилини.

Електронна комерція продовжує зростати. Споживачі все більше прагнуть отримати продукти/послуги в будь-який мить в будь-якому місці. Через пандемію багато покупок перемістились в Інтернет, тому споживачі прагнуть швидшої доставки. Це призводить до нових пропозицій, коли доставка певних товарів, наприклад харчових, можлива за 10 хвилин.

Найбільші виклики в службах доставки у 2021 році



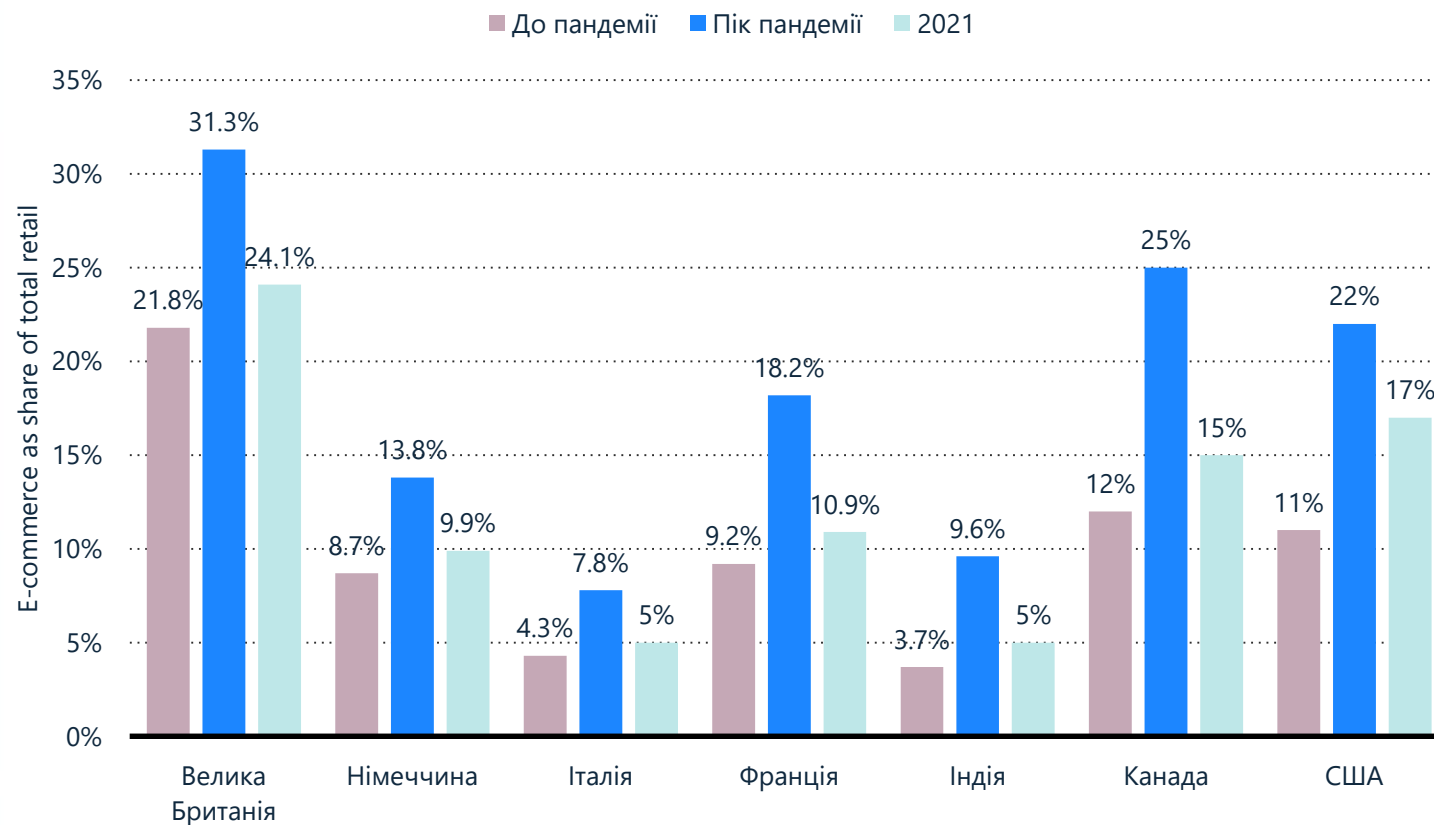
Точність і вибір майбутніх напрямків розвитку швидкої комерції

	1-ше покоління: комерції	2-ге покоління: Електронна комерція	3-тє покоління: Швидка комерція	4-те покоління: Швидка комерція
Час доставки	 Самообслуговування	 Доставка 2-3 дні	 Доставка в цей жне день Протягом декількох годин Миттєва доставка	 Доставка протягом години Миттєва доставка Самообслуговування
Масштаб продукту	 Всі продукти доступні	 Основні продукти доступні	 Невелика частина продуктів доступна	*  Основні продукти доступні
Режим доставки	  Приватний автомобіль/інше	 Доставка вантажівкою	  Доставка вантажівкою, автомобілем, байком	*   *  Доставка вантажівкою, автомобілем, байком, дроном
Центри реалізації	 Універмаг	 Склад	 Найближчий магазин або склад	 Найближчий магазин, даркстор (формат складу), міські центри реалізації, Click & Collect (формат онлайн-торгівлі)
Фактори та драйвери	Інвестуйте більше в магазини	Інвестуйте більше в магазини, центральні склади, автопарк доставки. Будьте надійними та керованими роздрібними торговцями	Швидкість має значення. Будьте платформою доставки, партнерами з роздрібними торговцями. Інвестуйте в логістику та CRM	Швидкість і різноманітність мають значення. Об'єднання магазинів, складів і ланцюгів постачання має вирішальне значення для розширення послуг за межі основних

Моделі доставки швидко розвиваються в напрямку Q-комерції 4-го покоління, і протягом 2021 року на платформи, які сприяють цьому, буде виділено значне фінансування. Однак, окрім швидкості, пропозиція «більше продуктів» і, зрештою, «усіх продуктів» буде ключем до досягнення конкурентної переваги. Для цього знадобиться інтегрована екосистема роздрібно́ї торгівлі, де масштабування та інновації від існуючих роздрібних продавців будуть ключовими.

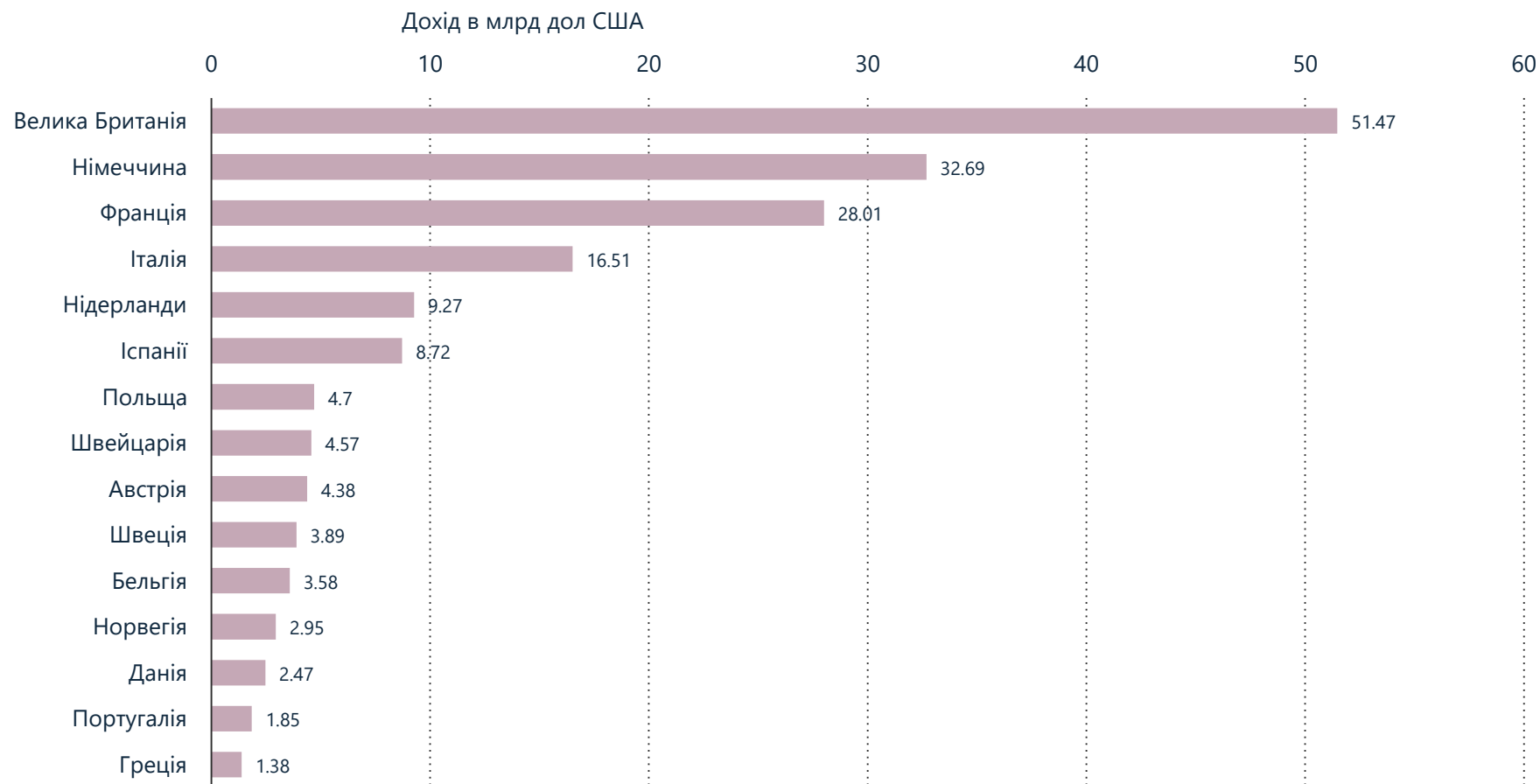
Примітка: Сервісні елементи помаранчевого кольору – ще недостатньо розроблені

E-commerce

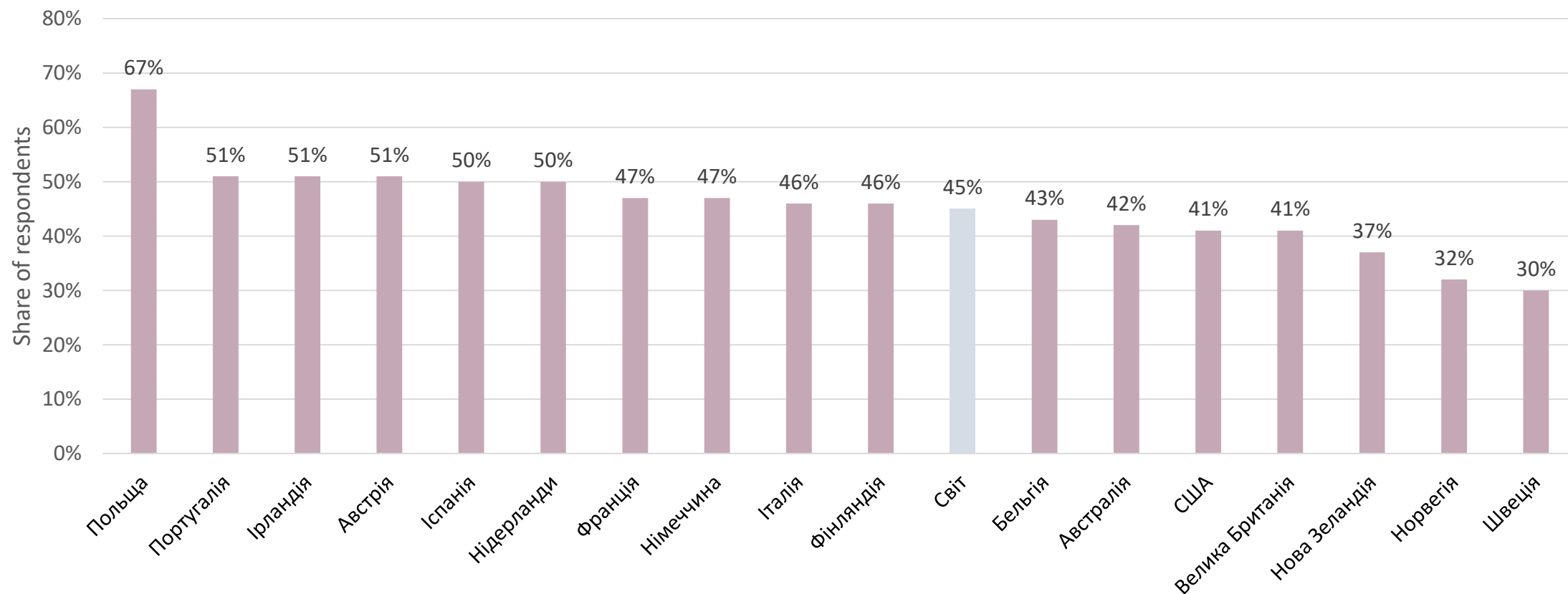


Під час піку коронавірусної кризи (COVID-19) (березень-квітень 2020 року), коли багато країн світу запровадили карантинні заходи, частка електронної комерції в загальному обсязі роздрібних продажів досягла небачених раніше величин. У Великій Британії, де існує вже розвинений ринок електронної комерції, частка досягла 31,3%, перш ніж стабілізуватися в наступні періоди. За останній період (станом на 31 січня 2021 року) Велика Британія, Сполучені Штати та Канада були провідними країнами, де електронна комерція мала вищу частку в загальному обсязі роздрібної торгівлі, 24, 17 і 15 відсотків відповідно.

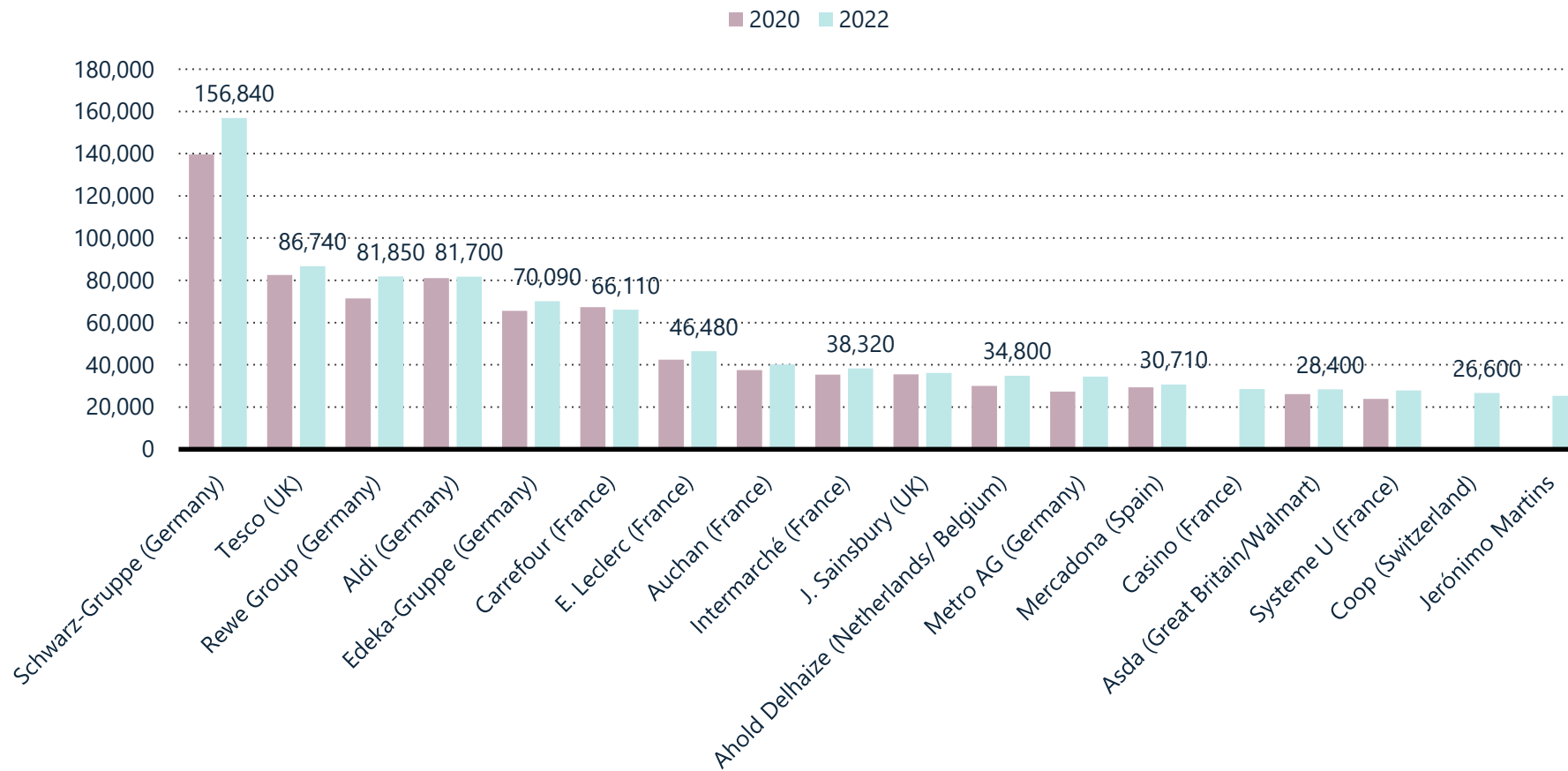
Дохід від роздрібого онлайн-продажу одягу в Європі у 2022 році за країнами



Частка покупців, які купують косметичні товари онлайн у 2022 році, за країнами

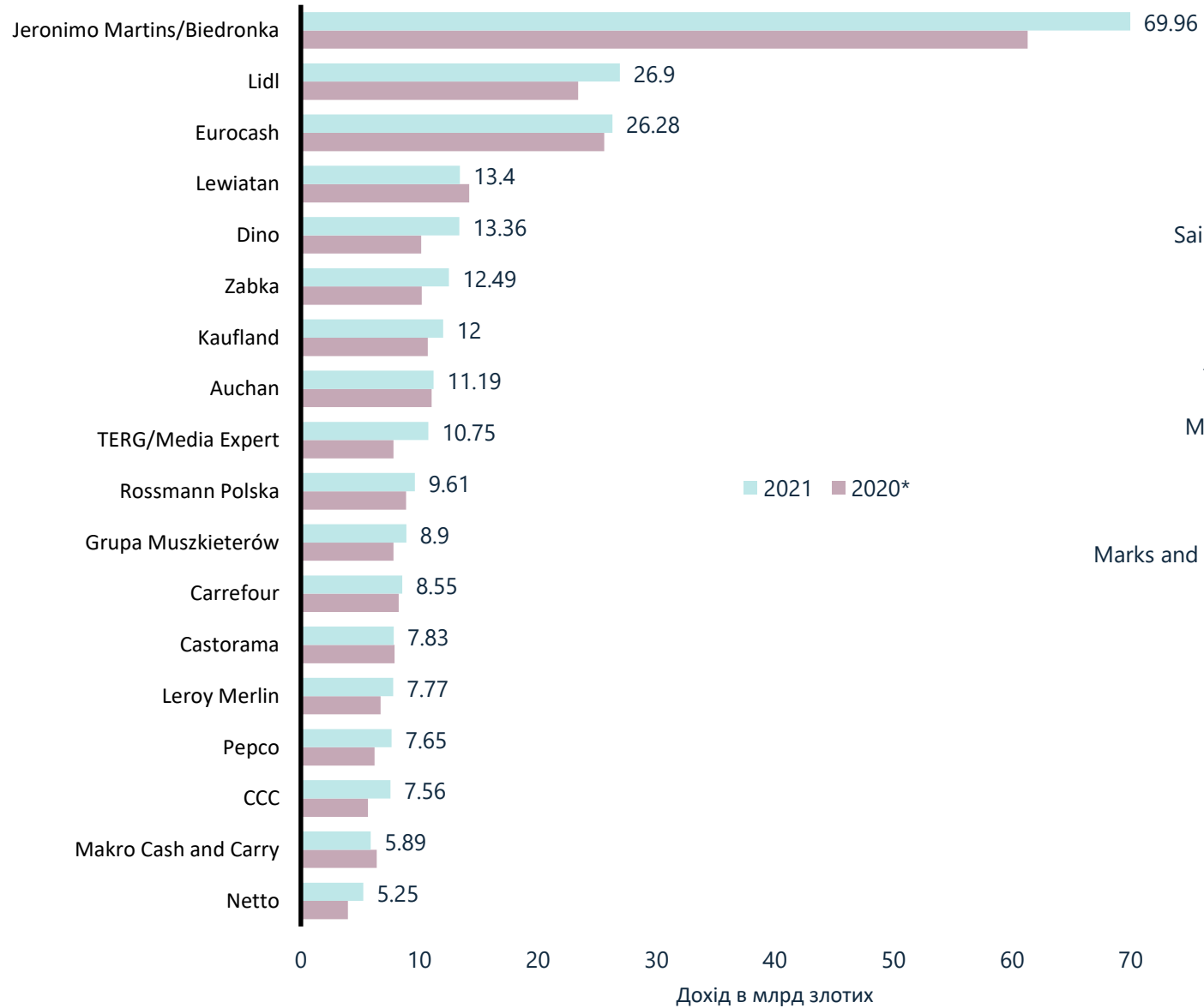


Доходи провідних компаній у секторі роздрібної торгівлі продуктами харчування в Європі у 2020 та 2022 роках (млрд євро)

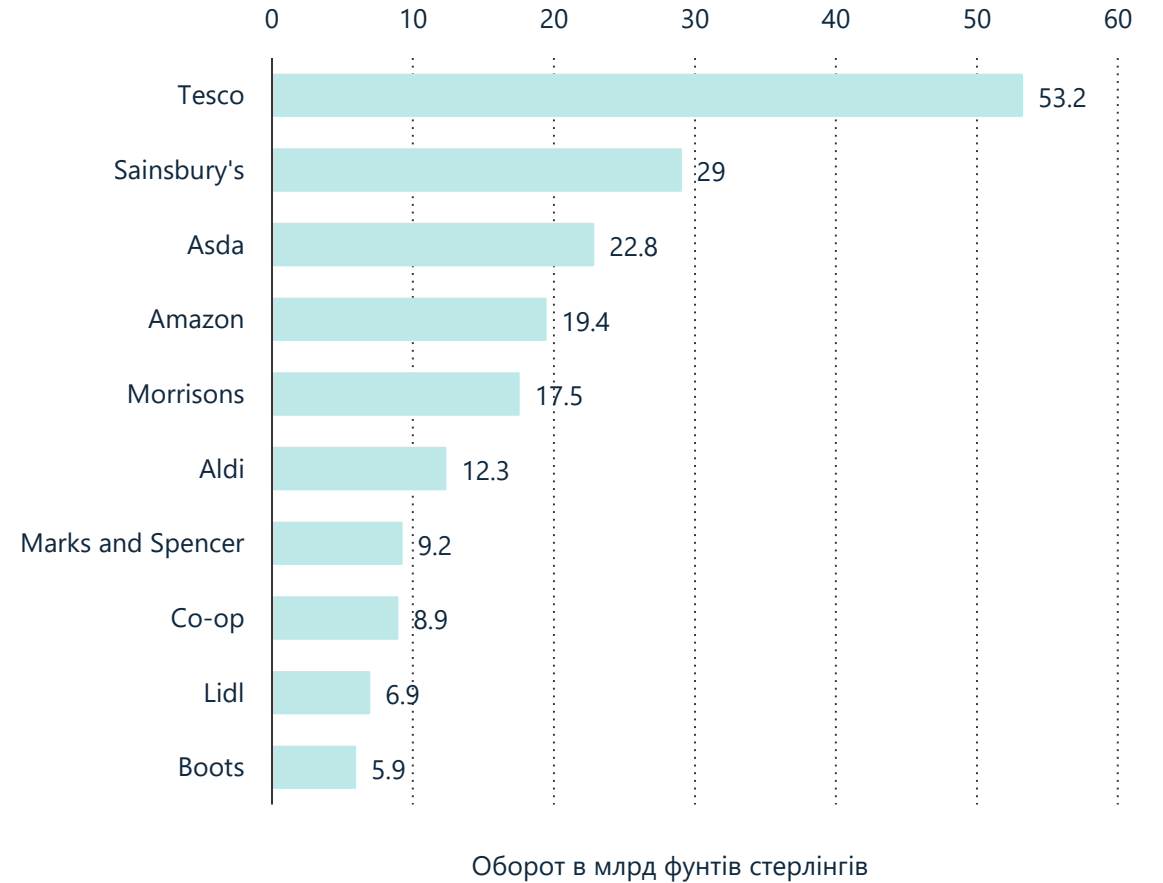


Schwarz Group, до складу якої входять Lidl і Kaufland, була найефективнішим роздрібним продавцем продуктів харчування в Європі, отримавши валовий дохід близько 156,8 млрд євро.

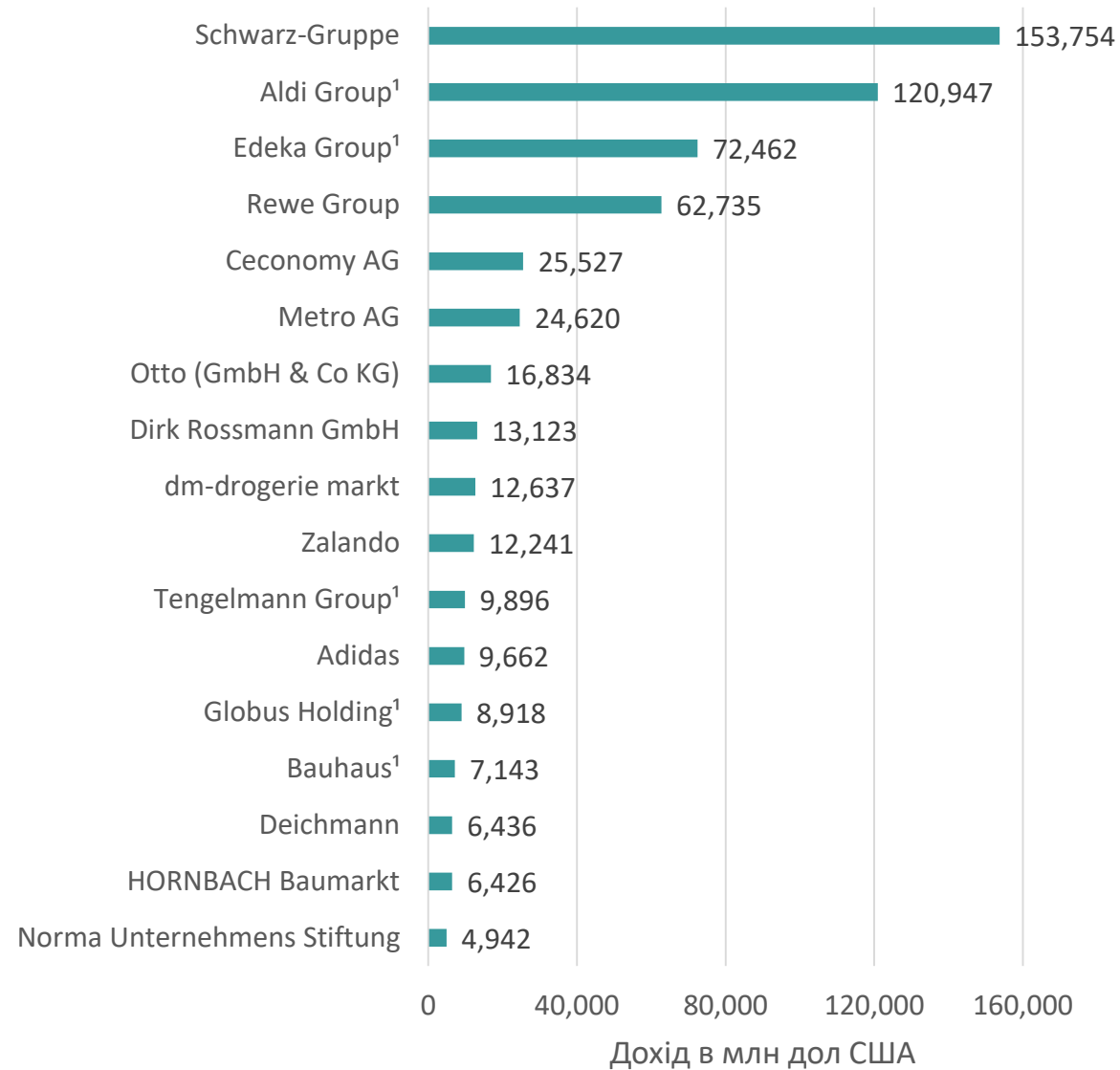
Найбільші ритейлери в Польщі



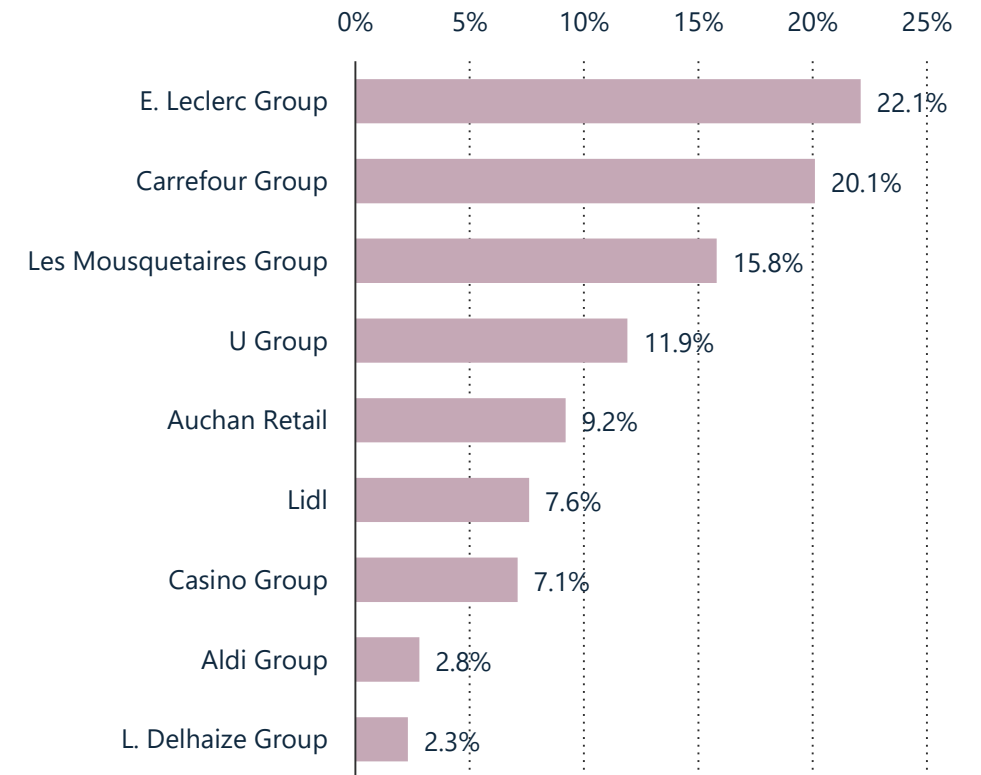
Найбільші ритейлери в Великій Британії



Найбільші ритейлери в Німеччині



Рейтинг найбільших ритейлерів у Франції за часткою ринку



Дослідження підготовлене Офісом з розвитку підприємництва та експорту та національним проектом Дія.Бізнес за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України»

Дія.Бізнес реалізується ДУ «Офіс з розвитку підприємництва та експорту» спільно з Міністерством цифрової трансформації України.

Дія Бізнес



Дія Бізнес
Експортний напрям



info@epo.org.ua



Instagram



Facebook

