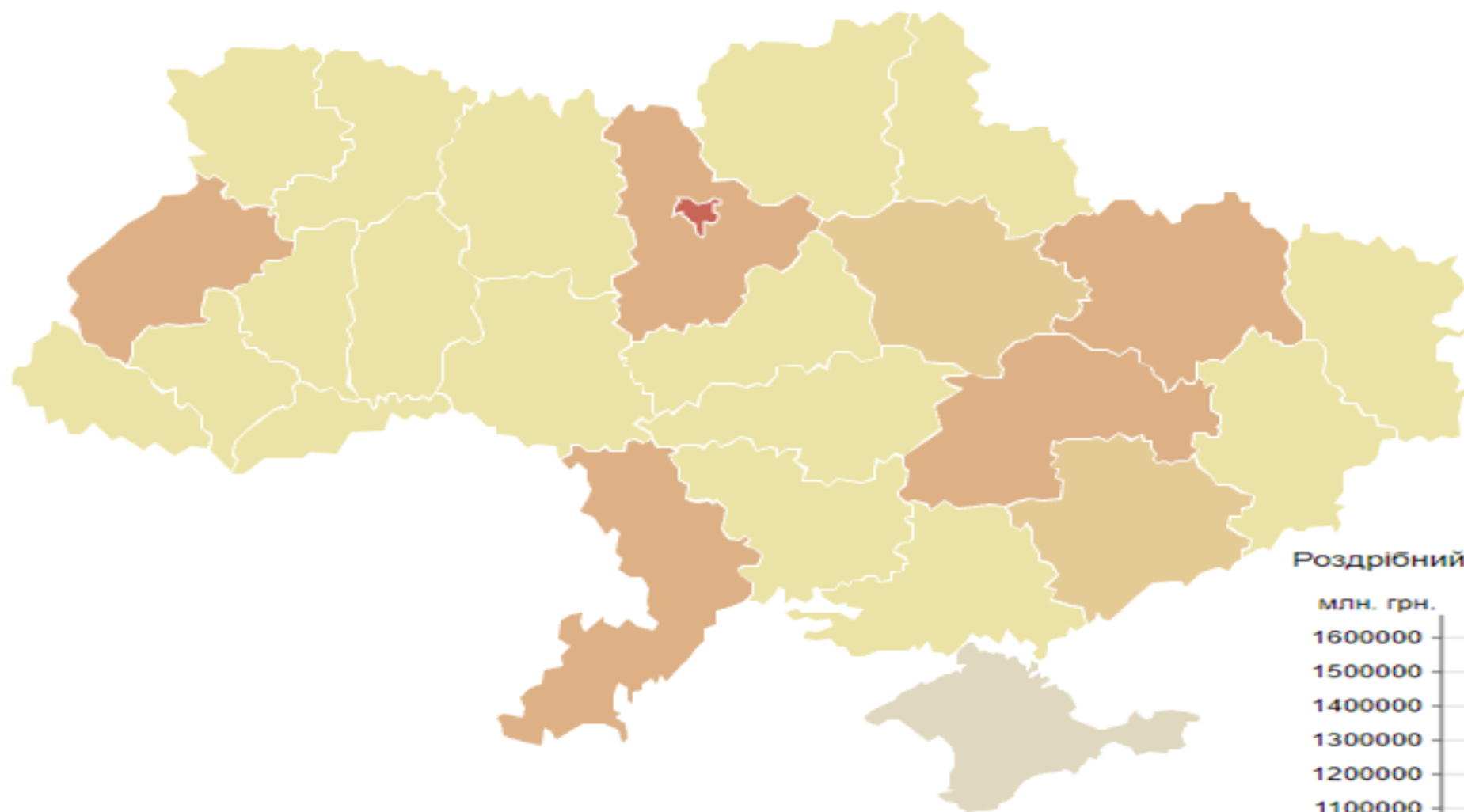


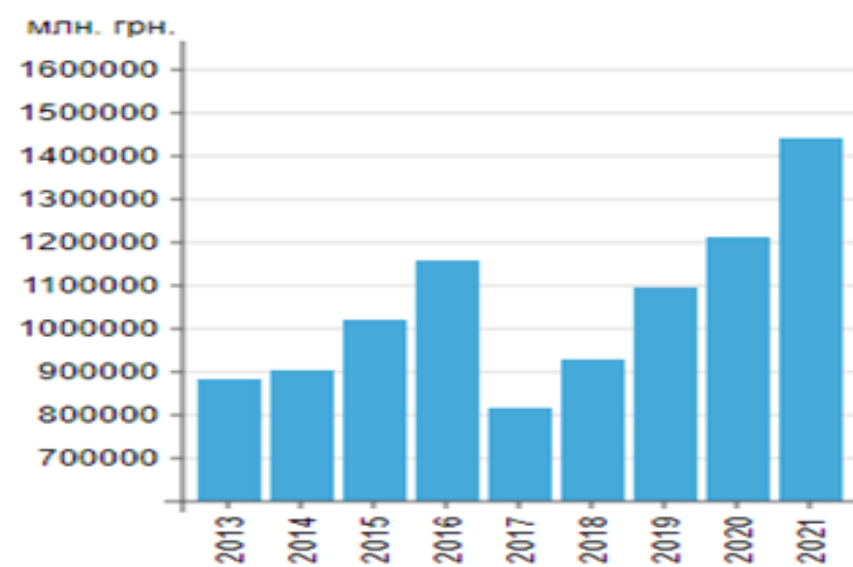
Основні показники торговельної діяльності (інфографіка)

Роздрібний товарообіг по регіонах України за 2022 рік:



- < 4000 млн.грн.
- 4000 ... 8000 млн.грн.
- 8000 ... 12000 млн.грн.
- 12000 ... 16000 млн.грн.
- > 16000 млн.грн.

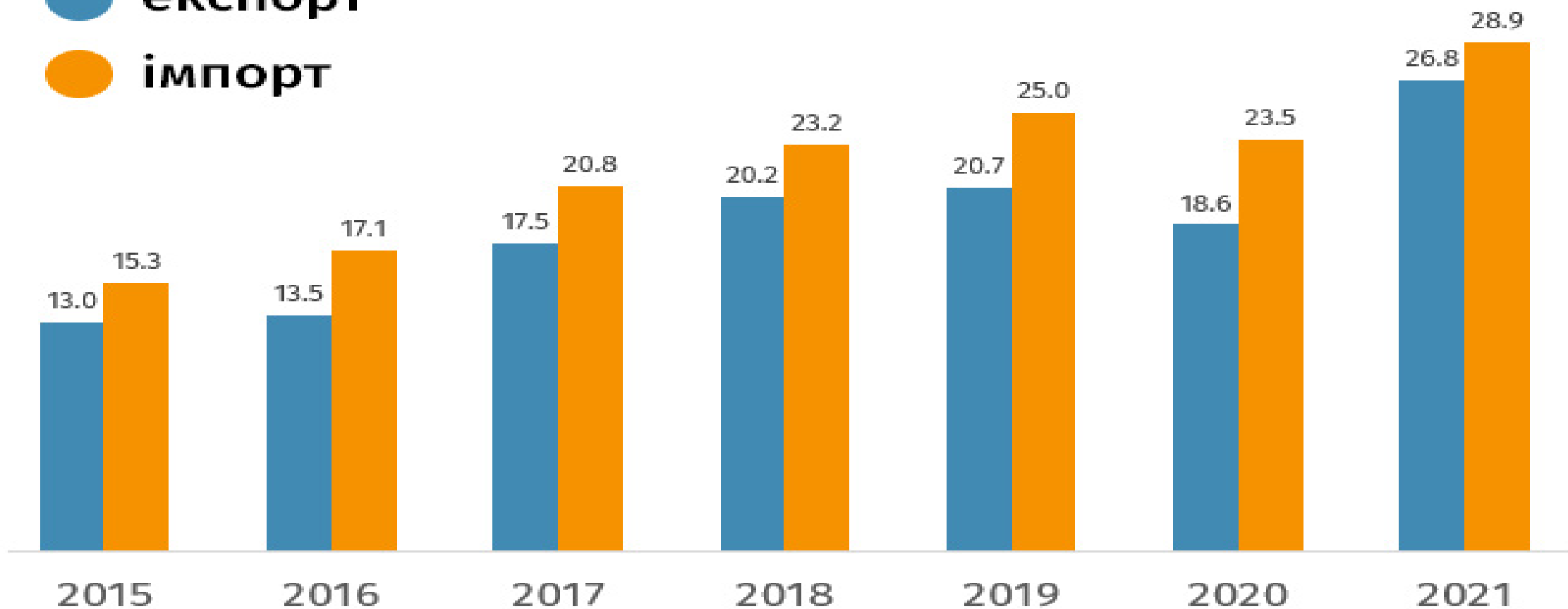
Роздрібний товарообіг за роками



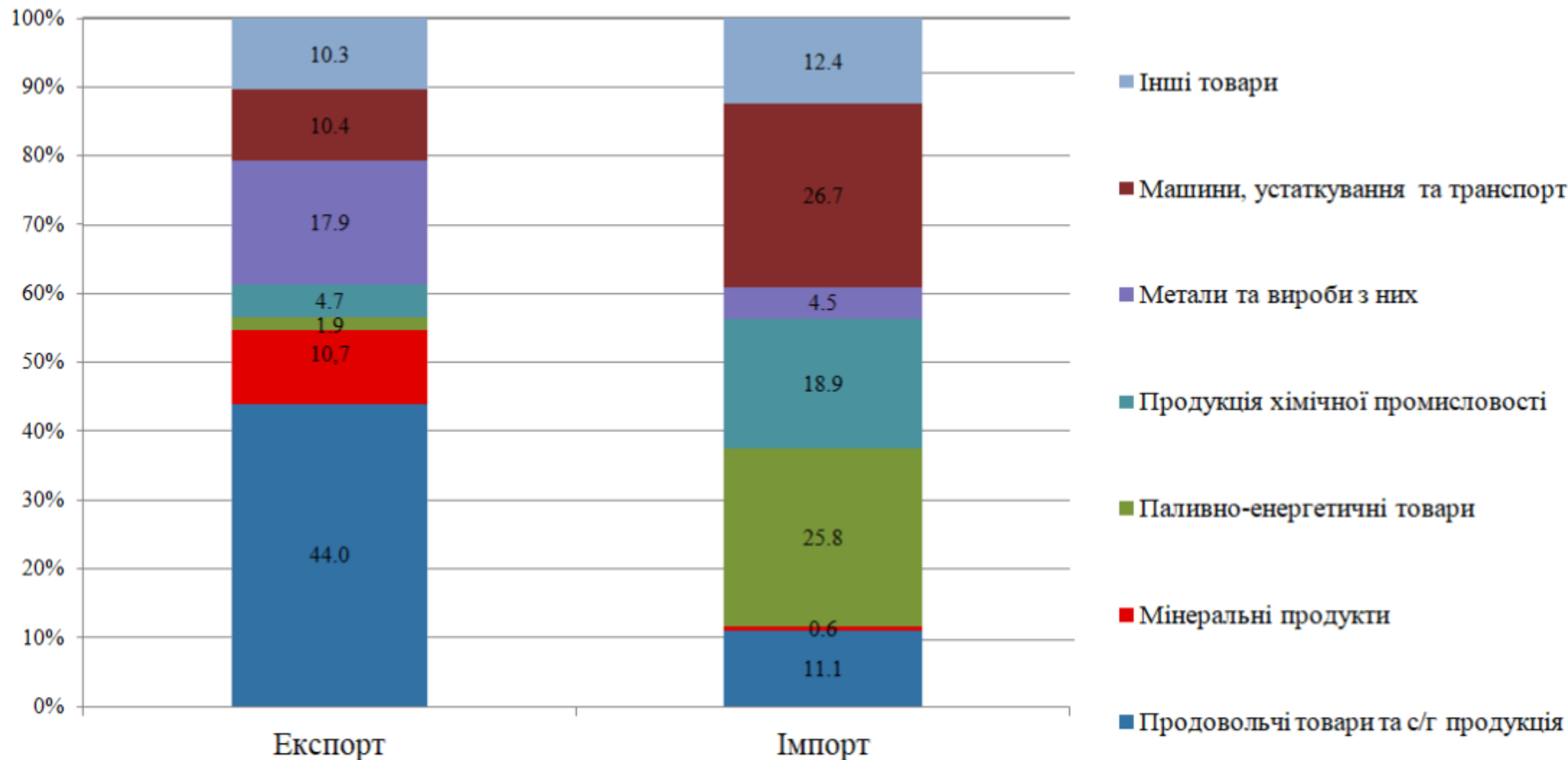
Як з 2015 року змінювалася торгівля між Україною та ЄС?

млрд USD

- експорт
- імпорт



Товарна структура зовнішньої торгівлі України у січні-травні 2022 р.



Основні виклики ритейлу під час війни

Труднощі з логістикою
(пошкодження транспортної інфраструктури, складності в організації перевезень, проблеми з персоналом)

Проблеми постачання товарів

(зруйновані склади, пошкоджені автопарки, заморожені контракти)

HR виклики (міграція трудових ресурсів через війну, утримання команди співробітників, труднощі з виплатою з.п.)

Стискання ринку
(скорочення попиту за кількісними та грошовими параметрами)

Пошкодження та руйнування основних фондів та потужностей

Нестача фінансових ресурсів та інвестицій
(дефіцит оборотних коштів, висока орендна плата, комунальні платежі, оплата податків)

ГЕНЕРАЛЬНА СУКУПНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ



АСОЦІАЦІЯ
РІТЕЙЛЕРІВ
УКРАЇНИ



UKRAINIAN
COUNCIL OF SHOPPING
CENTERS

СПІЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

295 мережевих роздрібних компаній України – генеральна сукупність дослідження

50,7 млрд грн – загальний обсяг прямих збитків

30 475 грн на 1 кв. м площі – в середньому ушкоджених торгових точок, або
17,4 млн. грн на один пошкоджений магазин

28 549 – кількість торгових точок загалом до війни

15,4 млн. кв.м – їх сукупна площа

96 торгових точок на 1 компанію – в середньому

540 кв.м – середній розмір торгової точки



ПРЯМІ ЗБИТКИ ВІД ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ



АСОЦІАЦІЯ
РІТЕЙЛЕРІВ
УКРАЇНИ



UKRAINIAN
COUNCIL OF SHOPPING
CENTERS

СПІЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

СУМА ПРЯМИХ ЗБИТКІВ, ЗАВДАНИХ ВІЙСЬКОВИМИ ДІЯМИ
З 24.02.2022 ДО 23.04.2022 ЗА ТАКИМИ СТАТТЯМИ:

СТАТТЯ ЗБИТКІВ	СУМА, млн. грн.	СУМА, %
Збитки будівлі/приміщенню магазинів, інженерних мереж та оздоблювання/ремонту, що знаходяться у власності Вашої компанії	21 031	41%
Збитки обладнанню	8 386	17%
Збитки товарним залишкам в торговельних точках (за закупівельною ціною)	8 665	17%
Збитки складським, виробничим, офісним будівлям/ приміщенням та обладнанню в них, що знаходяться у власності компанії	4 368	9%
Збитки товарним залишкам в складських приміщеннях (за закупівельною ціною)	7 293	14%
Інші збитки	1 002	2%
Сума/Всього	50 747	100%
Разом	295	295

ДОСЛІДЖЕННЯ «ЗБИТКИ РІТЕЙЛЕРІВ УКРАЇНИ ЗА 2 МІСЯЦІ ВОЄННИХ ДІЙ, 24 ЛЮТОГО – 23 КВІТНЯ



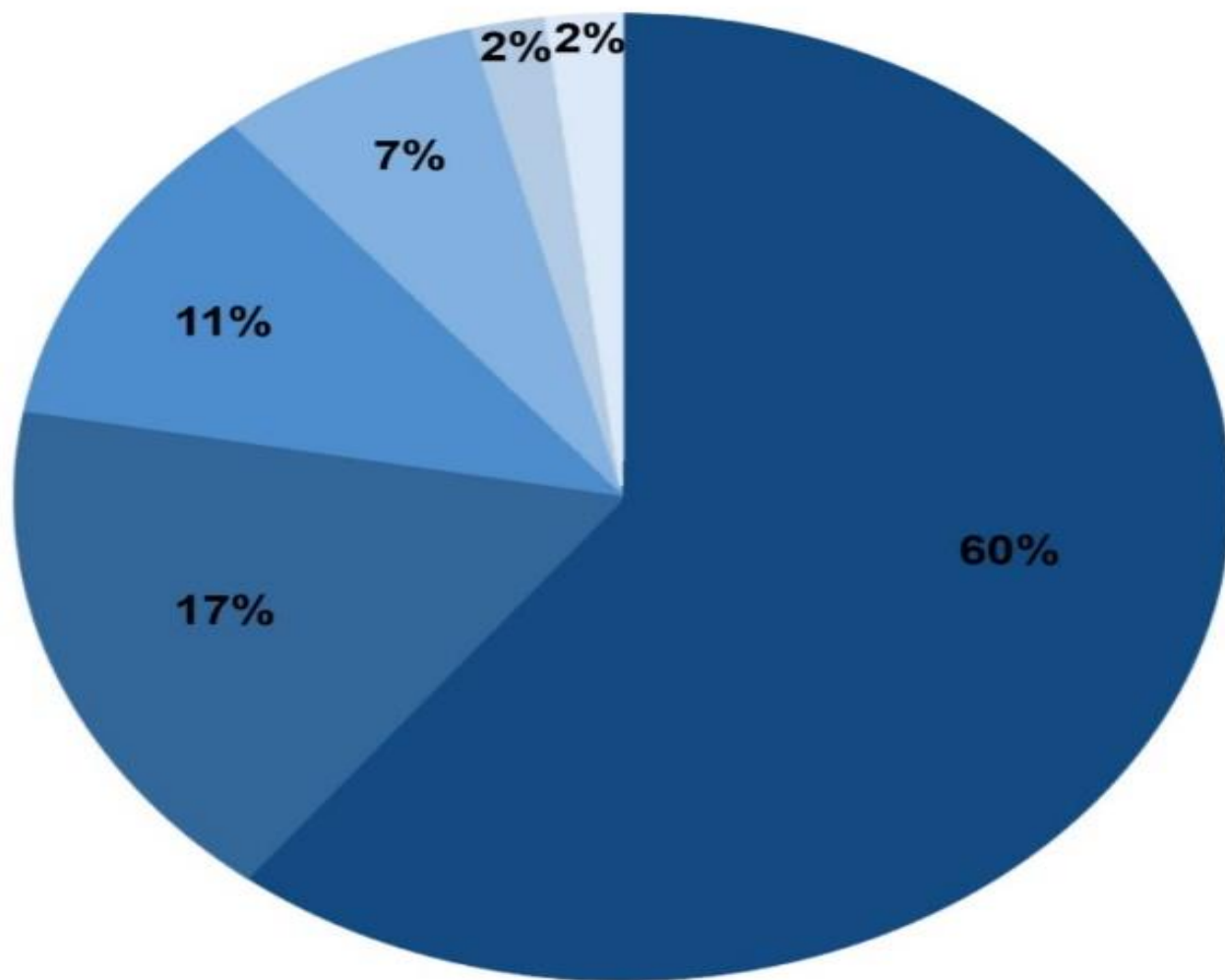
АСОЦІАЦІЯ
РІТЕЙЛЕРІВ
УКРАЇНИ



UKRAINIAN
COUNCIL OF SHOPPING
CENTERS

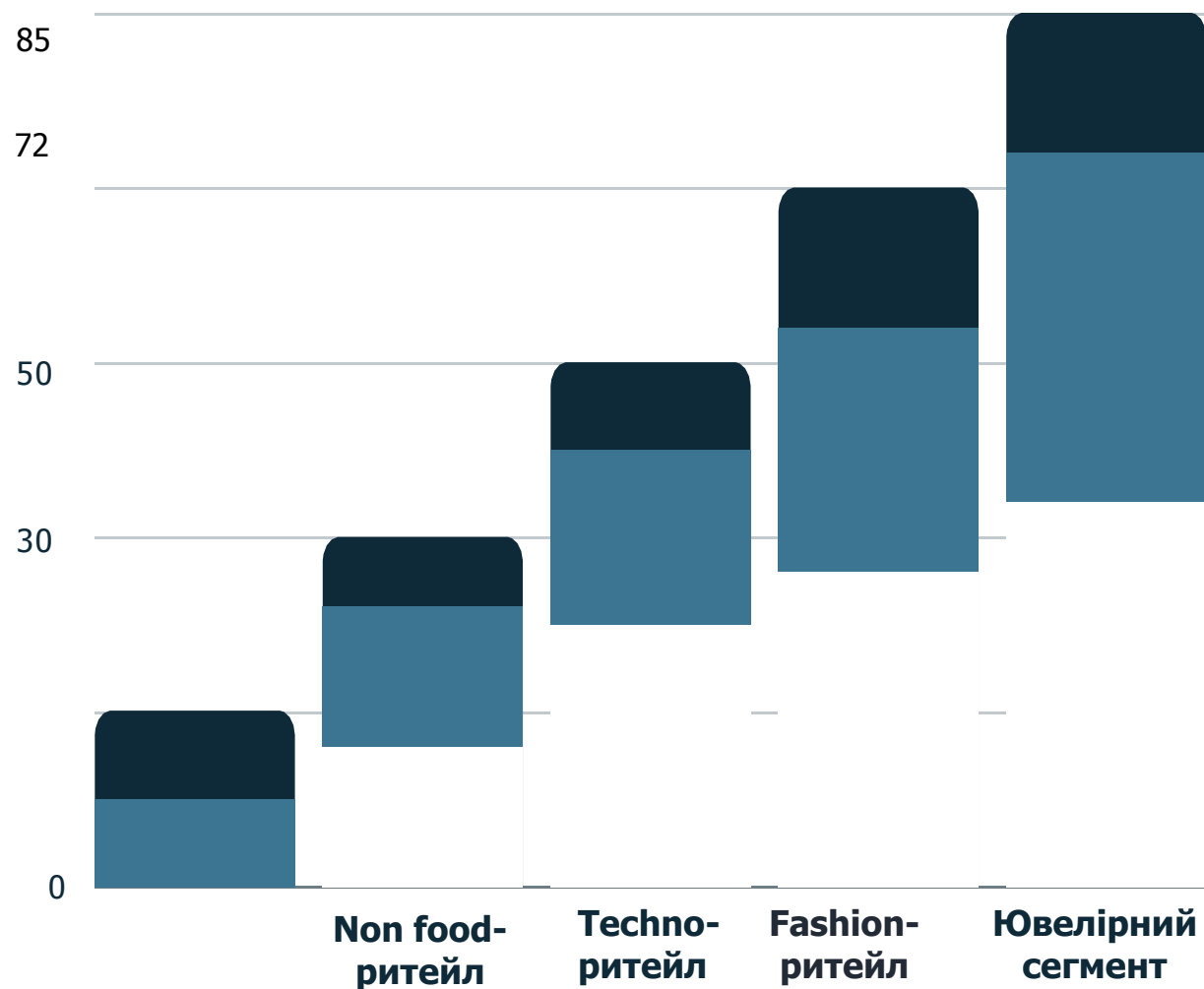
СПІЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

ЗБИТКИ ПО ГАЛУЗІ ТОРГІВЛІ У РОЗРІЗІ ТОВАРНИХ ГРУП, %



- 60%** – ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ
- 11%** – ОДЯГ, ВЗУТТЯ
- 7%** – ЕЛЕКТРОНІКА ТА ПОБУТОВА ТЕХНІКА
- 2%** – ЮВЕЛІРНІ ВИРОБИ
- 2%** – ПОСЛУГИ
- 17%** – ІНШЕ

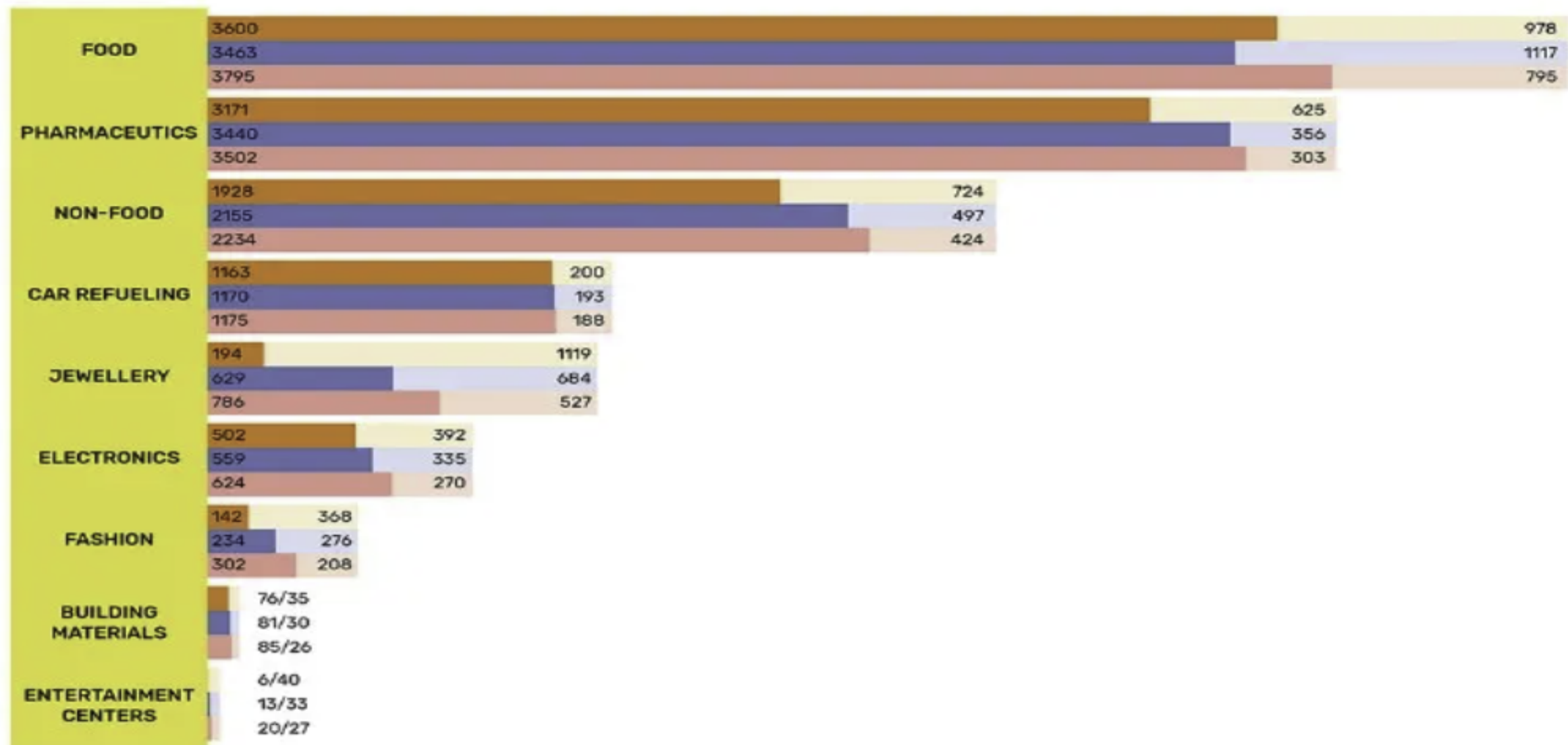
Скорочення діяльності



Найбільша кількість закритих об'єктів:

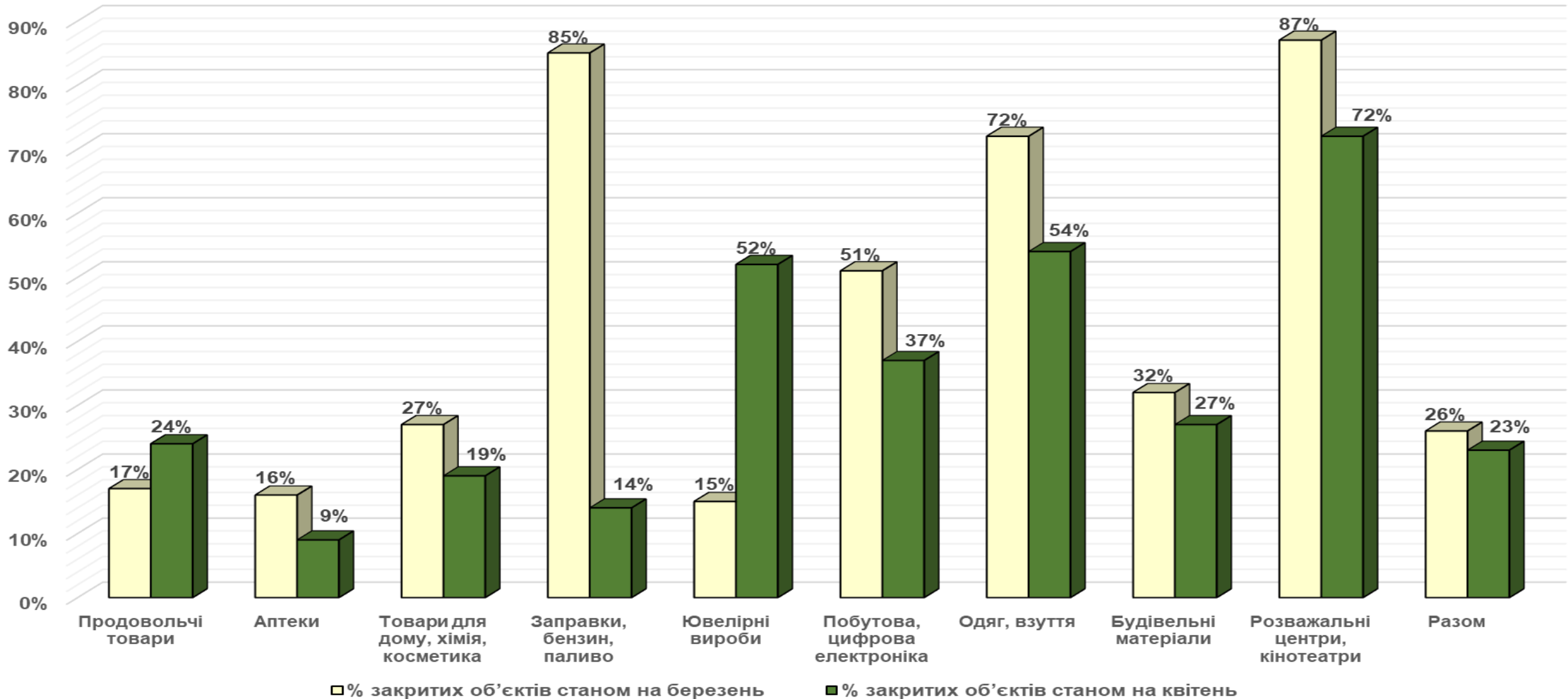
- ✓ 85% - в ювелірному сегменті. Наразі працює 194 ювелірних магазина із 1313.
- ✓ 72% - у **fashion-ритейлі** (продавці одягу, взуття та модних аксесуарів вимушено закрили магазинів, працює 368 точок із 510).
- ✓ 50% в **ритейлі побутової та цифрової техніки**
- ✓ 30-35% **магазинів непродовольчого ритейлу**: будівельні матеріали, косметика та товари для дому.

КІЛЬКІСТЬ ДІЮЧИХ/ЗАКРИТИХ ТОРГОВИХ ОБ'ЄКТІВ ЗА БЕРЕЗЕНЬ-ТРАВЕНЬ 2022



■ Кількість діючих об'єктів станом на 21.03.2022
 ■ Кількість діючих об'єктів станом на 21.04.2022
 ■ Кількість діючих об'єктів станом на 21.05.2022
■ Кількість закритих об'єктів станом на 21.03.2022
 ■ Кількість закритих об'єктів станом на 21.04.2022
 ■ Кількість закритих об'єктів станом на 21.05.2022

Динаміка діючих та закритих торговельних об'єктів за березень-квітень 2022 р.



СЕГМЕНТ РИНКУ	Кількість об'єктів до військових дій	Кількість діючих об'єктів станом на 21.05.2022	Кількість закритих об'єктів станом на 21.05.2022	% закритих об'єктів станом на 21.05.2022
1. Food (міні-маркети, супермаркети, гіпермаркети)	4 578	3 795	795	-17%
2. Pharmaceuticals (аптеки)	3 796	3 502	303	-8%
3. Non-food (товари для дому, хімія, косметика)	2 652	2 234	424	-16%
4. Car refueling (заправки, бензин, паливо)	1 363	1 175	188	-13,8%
5. Jewelry (ювелірні вироби)	1 313	786	527	-40%
6. Electronics (побутова, цифрова техніка)	894	624	270	-30%
7. Fashion (одяг, взуття)	510	302	208	-41%
8. Building materials (будівельні матеріали)	111	85	26	-23%
9. Entertainment centers (розважальні центри, кінотеатри)	46	20	27	-59%
TOTAL	15 263	12 523	2 768	-18%

Опитування серед членів Асоціації ритейлерів України,
18-21 травня 2022

*в опитуванні прийняло участь 92 компанії

Які відомі українські food-ритейлери втратили найбільше магазинів на окупованих після 24 лютого територіях, од.*



Найбільші food-маркети, які залишились на окупованих територіях

Мережа	Місто	Адреса	Торгова площа, кв.м
Сільпо	Херсон	вул. Залаєгерсег, 18 (ТРЦ FABRIKA)	7400
METRO Cash&Carry	Маріуполь	Володарське шоссе, 4	7000
Велмарт	Бердянськ	Пролетарський просп., 13/73 (ТЦ "Екватор")	6000
Сільпо	Маріуполь	просп. Миру, 149	5400
Зеркальный	Маріуполь	Запорізьке шосе, 2 (ТРЦ ПортCity)	4500

Дані: GT Partners Ukraine

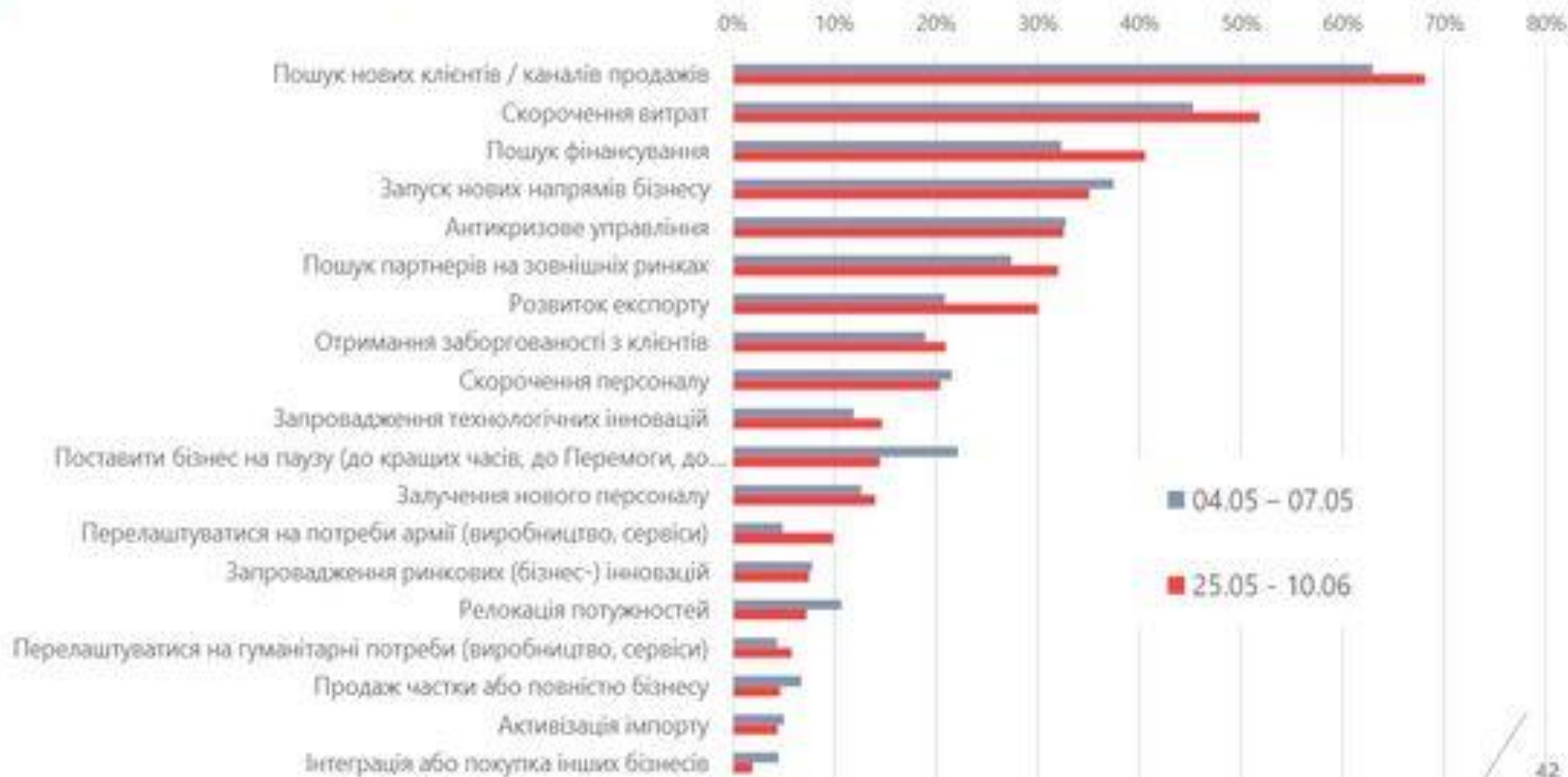
Найбільші українські міста за кількістю сучасних FMCG магазинів на окупованих територіях



Дані: GT Partners Ukraine

Дані: GT Partners Ukraine
*орієнтовні дані на кінець червня 2022 р.

Які ключові рішення ви приймаєте щодо вашого бізнесу на 2022-2023 рік?



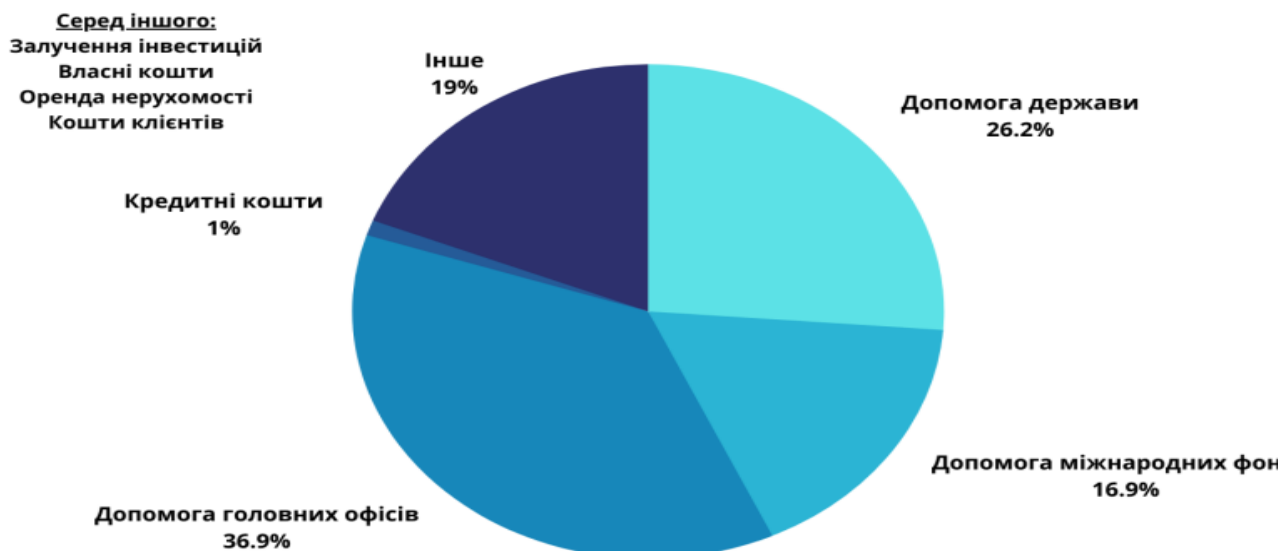
Чи бачите ви можливість швидкого відновлення свого бізнесу до довоєнного рівня?, %



Які зміни на державному рівні ви вважаєте необхідними для швидкого зростання бізнесу?, % (множинний вибір)



На які кошти ви розраховуєте, якщо будете потребувати додаткових інвестицій для відновлення вашого бізнесу?, %



Топ міжнародних ритейлерів за кількістю магазинів в рф, що вийшли з російського ринку

Бренд	Кількість магазинів в рф	Країна	Дата входу на ринок рф	Призупинили роботу, 2022	Дата повного виходу, 2022
McDonald's 	850	США	1990	14 березня	16 травня
LPP 	533	Польща	2013	30 березня	20 травня
Pandora 	172	Данія	2010	24 лютого	10 березня
Starbucks 	130	США	2007	13 березня	23 травня
Reebok 	117	США	1994	13 березня	травень
Nike 	116	США	1994	2 березня	25 травня
L'Occitane 	112	Франція	2010	-	17 квітня
Marks & Spencer 	44	Британія	2005	березень	25 травня
Hesburger 	38	Фінляндія	2011	3 березня	30 березня
OBI 	27	Німеччина	2003	8 березня	8 березня
JYSK 	13	Данія	2020	3 березня	30 березня

Ритейлери, які тимчасово або частково призупинили свою діяльність

Бренд	Країна	Статус по росії
Adidas 	Німеччина	призупинили діяльність
Burberry 	Велика Британія	призупинили всі поставки
Burger King 	США	припинили підтримку франшиз
Canada Goose 	Канада	призупинили всі поставки
Canadian Tire 	Канада	закрили магазини
CAPRI Holdings (Versace, Michael Kors) 	США	онлайн-замовлення недоступні, але все ще рекламуються
CCC 	Польща	призупинили роботу
Chanel 	Франція	призупинили всі операції
Columbia Sportswear 	США	призупинили прийом нових замовлень
Costco 	США	припинили закупівлі
Crocs 	США	призупинили бізнес D2C
Decathlon 	Франція	призупинили роботу магазинів
Domino's Pizza 	США	призупинили виплати роялті та обмежити інвестиції – ресторани все ще відкриті
Ecco 	Данія	призупинили нові інвестиції
Estee Lauder 	США	призупинили діяльність
Gap Inc 	США	Призупинили онлайн-продажі, відвантаження для франчайзі
Geox 	Італія	призупинили нові інвестиції
H&M 	Швеція	призупинили всі поставки
Hermes 	США	призупинили всі операції
Hugo Boss 	Німеччина	тимчасово закрили магазини та сайт
Hunkemoller 	Нідерланди	призупинили роботу магазинів та сайту
Husqvarna 	Швеція	зупинили експорт та інвестиції
IKEA 	Швеція	призупинили всі операції
Inditex 	Іспанія	закрити магазини і призупинити продажі



Kärcher		Німеччина	призупинити експорт та зупинити інвестиції	Tous		Іспанія	закрили магазини та сайт
Kering		Франція	закрили всі магазини	Triumph		Швейцарія	Призупинили діяльність
L'Oreal		Франція	призупинили діяльність	Under Armour		США	призупинили всі поставки
Lego		Данія	призупинили всі поставки	Uniqlo		Японія	призупинили діяльність
Levi Strauss		США	призупинили всі продажі	U.S. Polo Assn.		США	припинили всі поставки товарів
Lush		Велика Британія	призупинили онлайн-продаж і поставки	Valentino		Італія	призупинили онлайн-продаж
LVMH		Франція	призупинили всі операції	VF Corporation		США	призупинили комерційну діяльність
Mango		Іспанія	призупинили прямі операції	Victoria's Secret		США	припинили експорт, зупинити онлайн
Manolo Blahnik		Велика Британія	призупинили продажі	Wrangler		США	призупинили онлайн-продажі
Mattel		США	призупинили поставки	Yum Brands		США	призупинили нові інвестиції та розвиток
Metro		Німеччина	припинити всі інвестиції	Yves Rocher		Франція	призупинили діяльність ресторанів, що належать компанії, і нові інвестиції
Moncler		Італія	призупинили діяльність				
Mothercare		Велика Британія	призупинили діяльність				
New Balance		Велика Британія	призупинили поставки				
Nu Skin		США	призупинили всі операції				
Papa John's		США	призупинили підтримку всіх франшиз				
Prada		Італія	призупинили діяльність				
Puma		Німеччина	призупинили всі поставки				
Ralph Lauren		США	призупинили операції				
Reima		Фінляндія	призупинили всі продажі				
Samsung		Південна Корея	призупинили всі поставки				
Sketchers		США	призупинили поставки				
Swarovski		Ліхтенштейн	призупинили всі продажі				
Swatch		Швейцарія	призупинили прямі операції				
Tendam		Іспанія	призупинили діяльність				
TOM Tailor		Німеччина	онлайн-продажі призупинені				

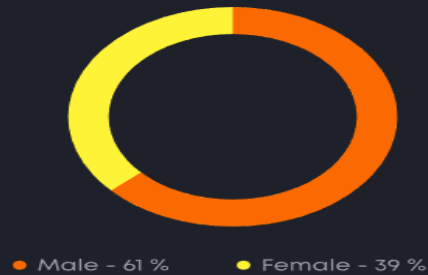


ЩО ВІДБУВАЄТЬСЯ
З УКРАЇНСЬКИМ
E-COMMERCE
ПІД ЧАС ВІЙНИ

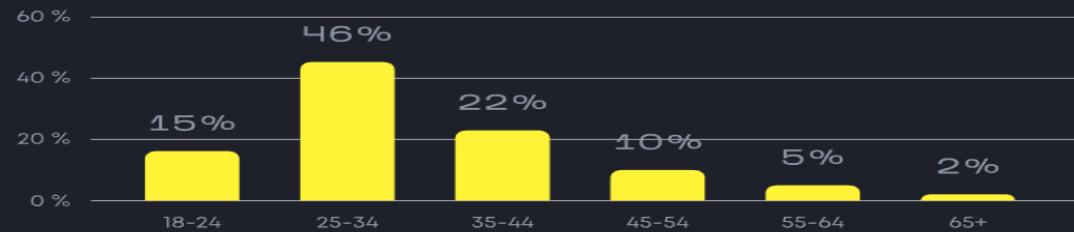
ЯК ЗМІНИЛИСЯ ПОРТРЕТ ТА ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА

83% СПОЖИВАЧІВ ЗАРАЗ — ЦЕ УКРАЇНЦІ ВІКОМ ВІД 18 ДО 44 РОКІВ. І СЕРЕД НИХ СТАЛО БІЛЬШЕ ЧОЛОВІКІВ.

Gender distribution



Age distribution



Звіт SimilarWeb. Вибірка з ТОП-100 українських eCommerce-сайтів за березень 2022

ДАНІ З FACEBOOK ПІДТВЕРДЖУЮТЬ ЦЮ ТЕНДЕНЦІЮ

61.64%

Жінки

37.65%

Чоловіки

FACEBOOK, БЕРЕЗЕНЬ 2021

51.97%

Жінки

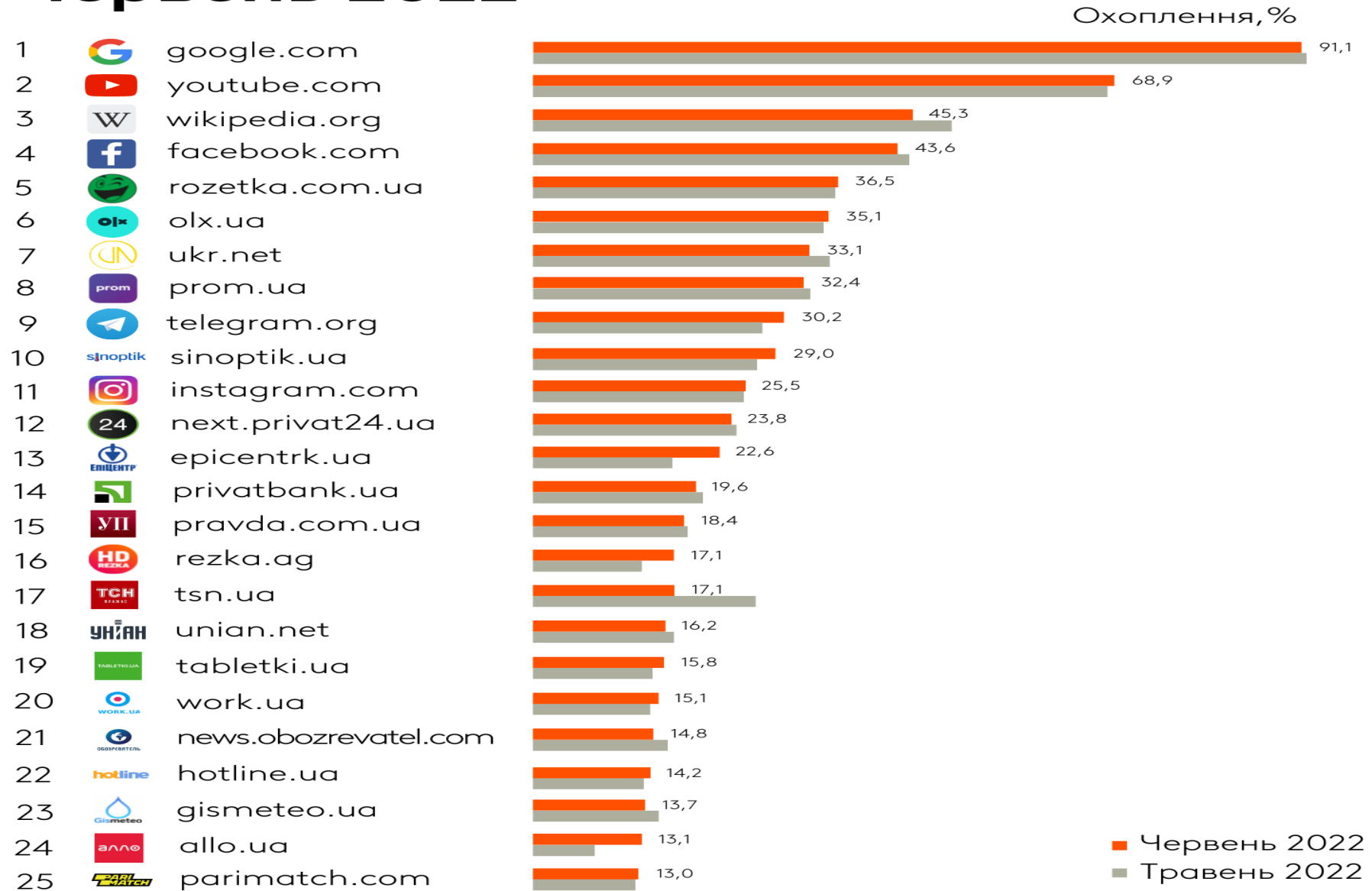
44.39%

Чоловіки

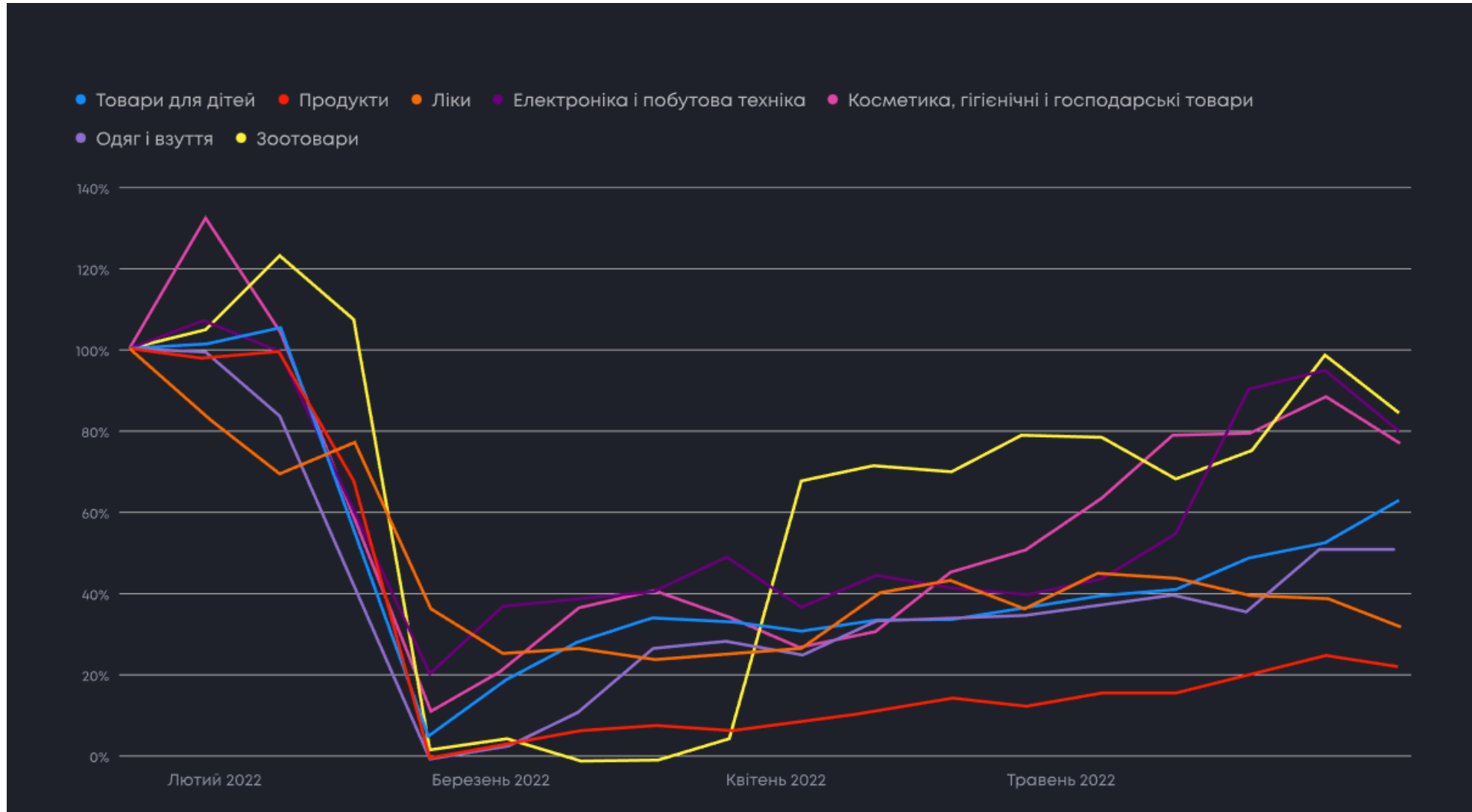
FACEBOOK, БЕРЕЗЕНЬ 2022

ТОП-25 сайтів України

Червень 2022



ДИНАМІКА ДОХОДУ У РІЗНИХ КАТЕГОРІЯХ



ТОП ПРОДАЖУ ЗА КАТЕГОРІЯМИ

ТОП-7 КАТЕГОРІЙ ПОКУПКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

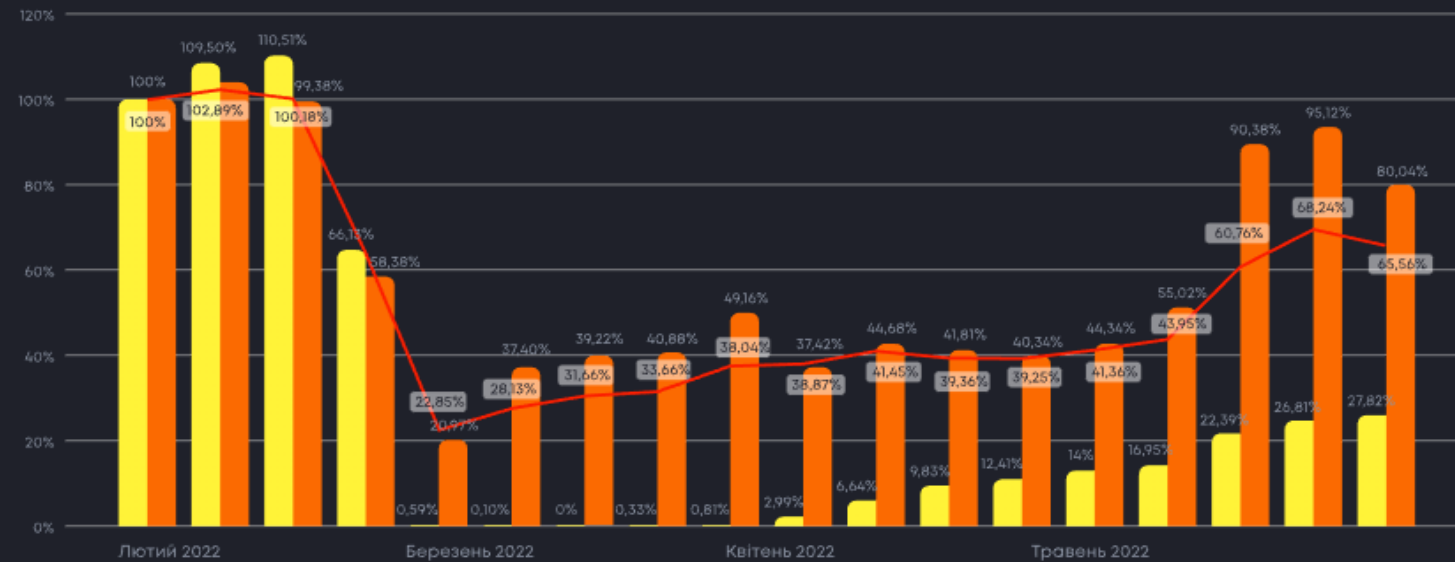


Період опитування: 28 березня 2022 року

ЯК ЗМІНИЛИСЯ КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ У РІЗНИХ КАТЕГОРІЯХ E-COMMERCE

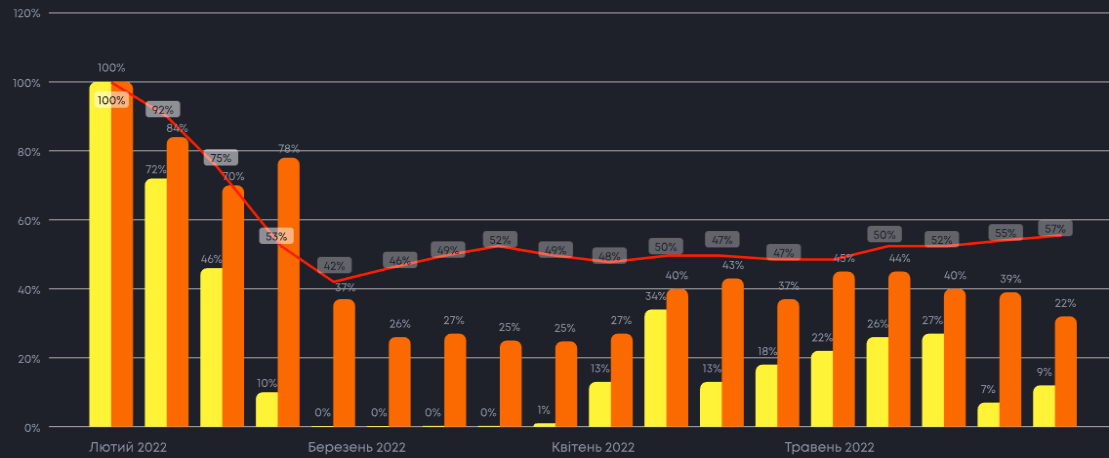
ЕЛЕКТРОНІКА І ПОБУТОВА ТЕХНІКА. ДИНАМІКА ВІДНОВЛЕННЯ КАТЕГОРІЇ

● Рекламний бюджет ● Дохід ● Користувачі



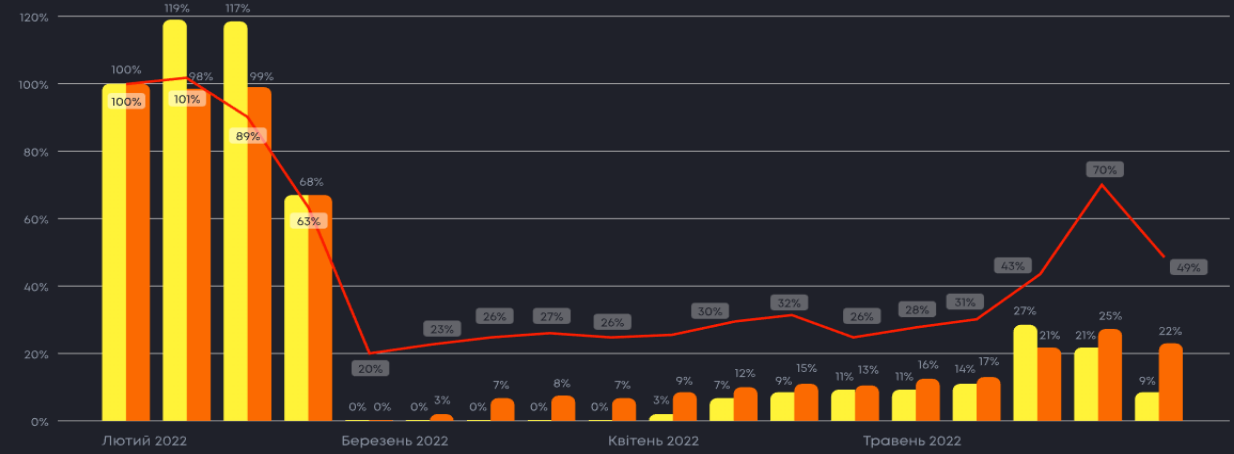
ЛІКИ. ДИНАМІКА ВІДНОВЛЕННЯ КАТЕГОРІЇ

● Рекламний бюджет ● Дохід ● Користувачі



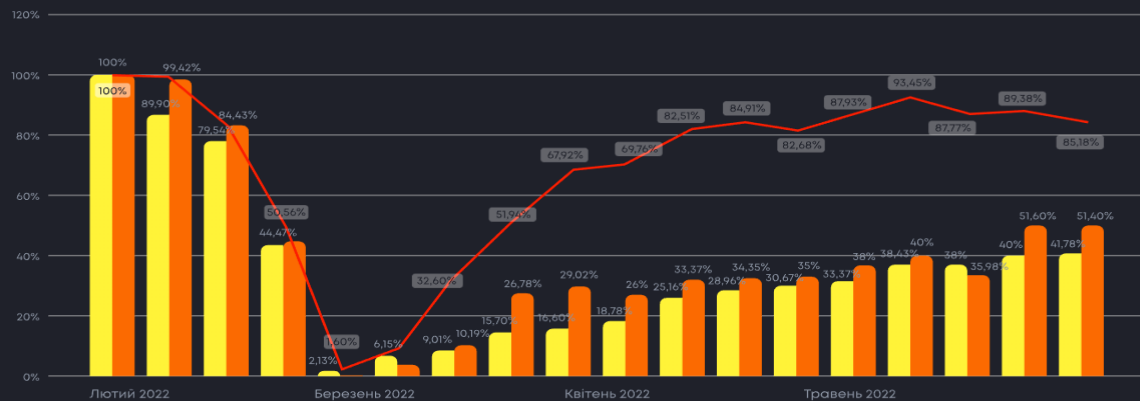
ПРОДУКТИ. ДИНАМІКА ВІДНОВЛЕННЯ КАТЕГОРІЇ

● Рекламний бюджет ● Дохід ● Користувачі



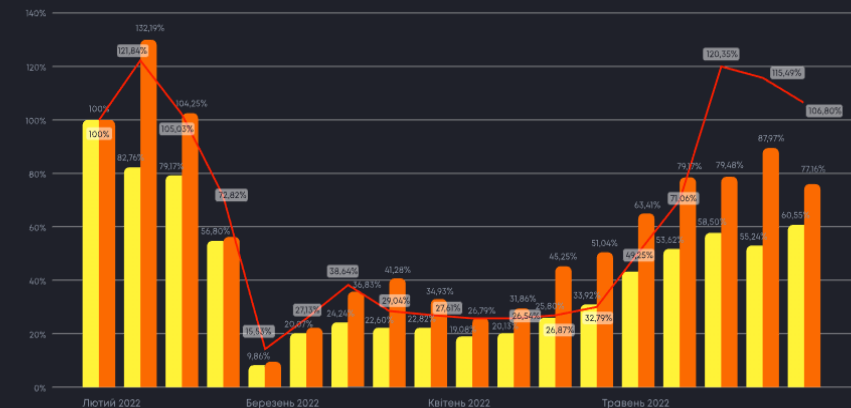
ОДЯГ І ВЗУТТЯ. ДИНАМІКА ВІДНОВЛЕННЯ КАТЕГОРІЇ

● Рекламний бюджет ● Дохід ● Користувачі



КОСМЕТИКА, ГІГІЄНІЧНІ І ГОСПОДАРСЬКІ ТОВАРИ. ДИНАМІКА ВІДНОВЛЕННЯ КАТЕГОРІЇ

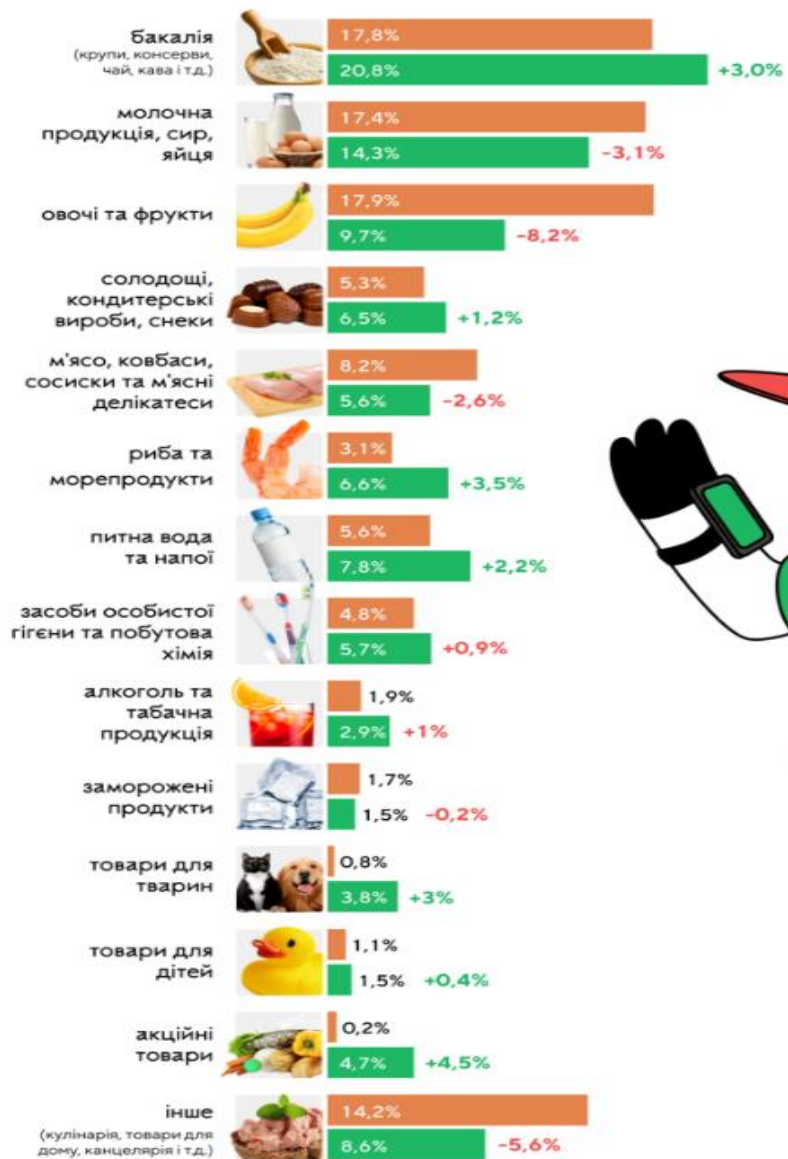
● Рекламний бюджет ● Дохід ● Користувачі



На які товари зріс попит під час війни: динаміка змін за категоріями



ТОП найпопулярніших товарів у чеку



березень-травень

2021 2022

Джерело: сервіс доставки продуктів Zakaz.ua. Попит на товари серед онлайн-покупців за березень-травень 2021 та березень-травень 2022



Вода



Яйця



Хліб



Гречка



Молоко



Сметана



Масло



Цукор



Сіль



Куряче м'ясо



Макаронні вироби

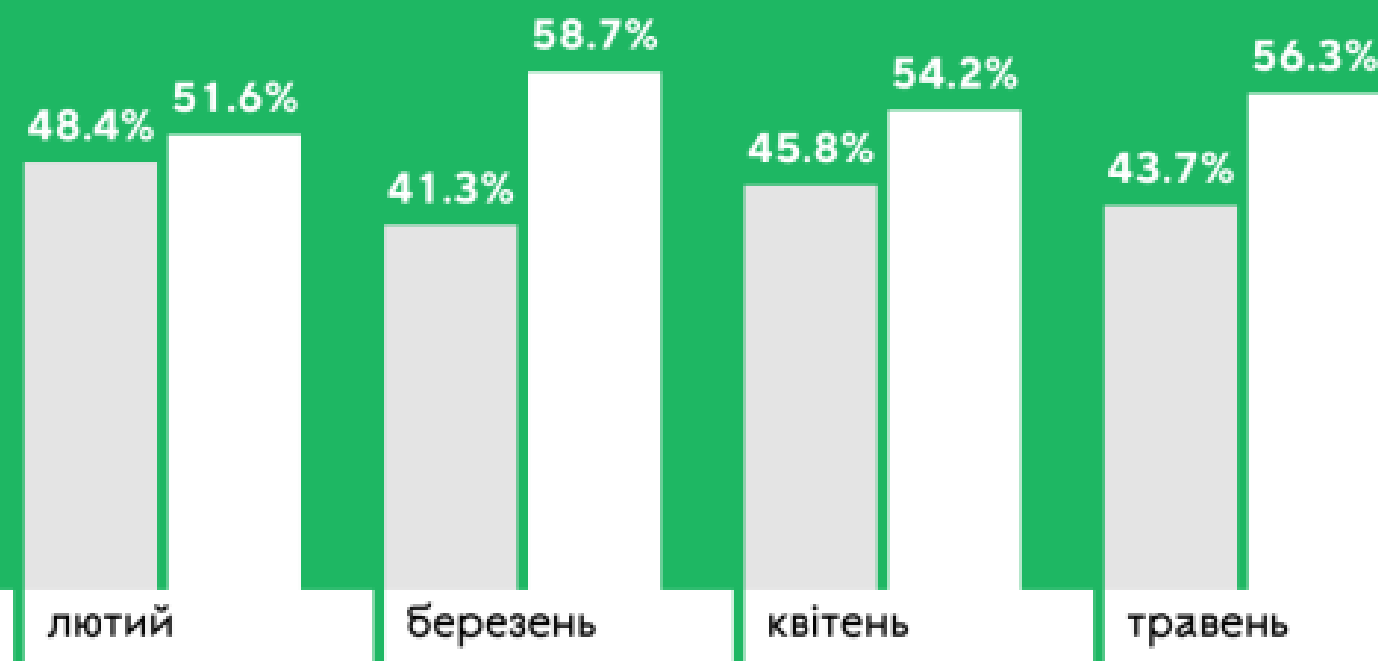


Банани

Замовлення клієнтів Zakaz.ua через

сайт та мобільний додаток

під час воєнного стану



web

mobile

замовлення в iOS переважають над замовленнями в Android

