

## Tisková zpráva

### Největší celosvětoví maloobchodní prodejci udrželi růst tržeb

New York/Praha, 19. ledna 2016: Podle studie společnosti Deloitte s názvem [Global Powers of Retailing 2016: Navigating the new digital divide](#) (v překladu Světové velmoci odvětví maloobchodu v roce 2016: Zdolávání nové digitální propasti), 250 největších maloobchodních prodejců na světě dosáhlo ve finančním roce 2014 celkového příjmu ve výši 4,5 bilionu amerických dolarů, což představuje stabilní růst o 4,3 procenta oproti 4,1 procentům v roce 2013. Pro odvětví, které relativně nedávno, tj. v roce 2011, zaznamenalo pokles tržeb, je to pozitivní signál. Situace není ovšem napříč jednotlivými regiony vyvážená – prodejci v Severní Americe, v severní Africe a na Blízkém východě zažívají z hlediska tržeb růst, zatímco v asijsko-pacifickém regionu, Evropě a Latinské Americe se potýkají s klesajícím tempem růstu.

*„Mezi faktory, které přispěly k odlišným výsledkům prodejců napříč různými regiony, byl pomalejší ekonomický růst na několika trzích, nižší inflace, klesající ceny ropy a silnější americký dolar,“* vysvětlil Martin Tesař, vedoucí partner oddělení auditu ve společnosti Deloitte, který je v ČR zodpovědný za spotřebitelský sektor.

Silný dolar pro americké prodejce znamenal, že kupní síla spotřebitelů se ve Spojených státech zvýšila. Tomu pomohl také vyšší ekonomický růst a zlepšující se pracovní podmínky v USA. Tempo růstu čínské ekonomiky se na druhé straně v tomto období značně zpomalilo. Dělo se tak zvláště v důsledku nízkého vývozu a slábnoucích investic. Spotřebitelské výdaje si nicméně vedly vcelku dobře i přes ochabující odvětví s luxusním zbožím.

Čistý zisk společností byl napříč jednotlivými zeměpisnými regiony také rozdělen nerovnoměrně, celkově však došlo k poklesu. Jak ukazuje studie, největších 250 maloobchodních prodejců vykázalo v roce 2014 složené čisté ziskové rozpětí ve výši 2,8 % oproti 3,4 % v roce 2013.

### Dopad digitálních technologií

Studie [Global Powers of Retailing 2016](#) poukazuje také na to, jaké budou mít technologie vzhledem k rostoucí digitální propojenosti nakupujících dopad na nakupování v kamenných prodejnách. Studie uvádí, že využívání internetu a očekávání spotřebitelů se vyvíjí rychleji, než prodejci stačí reagovat, čímž dochází k vytvoření tzv. „digitální propasti“. Identifikovány byly tři významné trendy:

- **Neexistuje jediný postup zavádění digitálních technologií.** Zatímco veškeré trhy směřují k všeobecné digitalizaci, některé tak činí odlišným způsobem. Některé rozvíjející se trhy například úplně přeskočily stádia zavádění digitálních technologií, kterými v minulosti prošly rozvinuté trhy.
- **Univerzální přístup k digitálním technologiím neseď všem zákazníkům.** Používání internetu se liší v závislosti na demografických faktorech, jako je věk a výše příjmu, ale také na typu hledaného produktu.

- **Spotřebitelé požadují lepší digitální nástroje.** Digitální nástroje a možnosti přístupu mohou rozšířit dosah prodejce i zvýšit tržby, spotřebitelé však nejsou momentálně spokojeni a současné digitální možnosti na straně prodejců jim připadají nedostatečné.

*„Hlavními trendy v maloobchodě v České republice jsou zvyšující se důraz na prodej prostřednictvím internetu, rostoucí popularita malých obchodů se smíšeným zbožím, stále se zvyšující využívání moderních technologií a zpomalování růstu privátních značek,“* dodal Martin Tesař.

Celou studii můžete nalézt zde: [www.deloitte.com/globalpowersretailing](http://www.deloitte.com/globalpowersretailing).

<b>Kontaktní osoba:</b>	Lukáš Kropík
<b>Pozice:</b>	PR manažer
<b>Tel:</b>	+420 246 042 488
<b>Mob:</b>	+420 775 013 139
<b>Email:</b>	<a href="mailto:lkropik@deloittece.com">lkropik@deloittece.com</a>

---

Deloitte označuje jednu či více společností Deloitte Touche Tohmatsu Limited, britské privátní společnosti s ručením omezeným zárukou („DTTL“), jejich členských firem a jejich spřízněných subjektů. Společnost DTTL a každá z jejich členských firem představuje samostatný a nezávislý právní subjekt. Společnost DTTL (rovněž označovaná jako „Deloitte Global“) služby klientům neposkytuje. Podrobný popis právní struktury společnosti Deloitte Touche Tohmatsu Limited a jejich členských firem je uveden na adrese [www.deloitte.com/cz/onas](http://www.deloitte.com/cz/onas).

Společnost Deloitte poskytuje služby v oblasti auditu, daní, poradenství a finančního a právního poradenství klientům v celé řadě odvětví veřejného a soukromého sektoru. Díky globálně propojené síti členských firem ve více než 150 zemích a teritoriích má společnost Deloitte světové možnosti a poskytuje svým klientům vysoce kvalitní služby v oblastech, ve kterých klienti řeší své nejkompexnější podnikatelské výzvy. Přibližně 200 000 odborníků usiluje o to, aby se společnost Deloitte stala standardem nejvyšší kvality.

Společnost Deloitte ve střední Evropě je regionální organizací subjektů sdružených ve společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited, která je členskou firmou sdružení Deloitte Touche Tohmatsu Limited ve střední Evropě. Odborné služby poskytují dceřiné a přidružené podniky společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited, které jsou samostatnými a nezávislými právními subjekty. Dceřiné a přidružené podniky společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited patří ve středoevropském regionu k předním firmám poskytujícím služby prostřednictvím více než 5 000 zaměstnanců ze 41 pracovišť v 17 zemích.