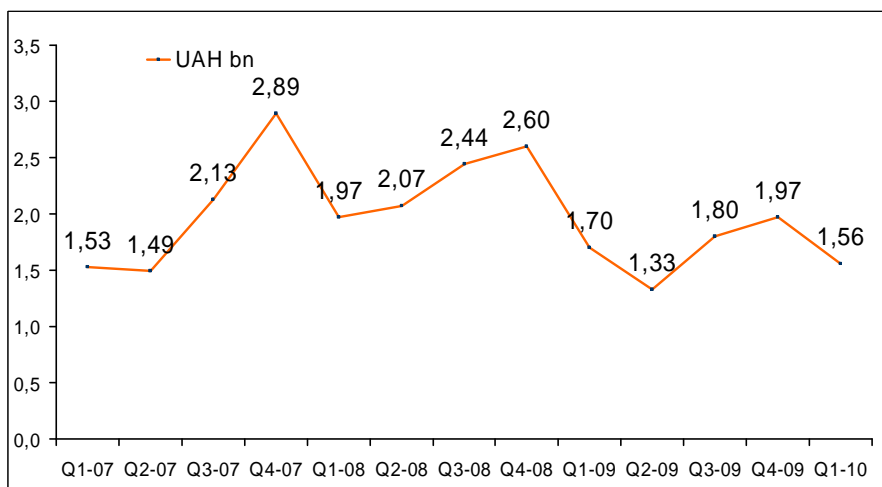


## Ринок великої побутової техніки: сезонний спад чи неочікуване падіння?

### Результати за перший квартал 2010 року

За результатами першого кварталу 2010 року обсяги продажів великої побутової техніки в Україні склали трохи більше 1,5 млрд. гривень, що на 8% менше, ніж за аналогічний період минулого року, і на 21% менше, ніж у четвертому кварталі 2009 року. Всі без винятків групи мали від'ємну динаміку порівняно з останнім кварталом 2009 року. Загалом, для ринку великої побутової техніки початок цього року став сезонно гіршим, ніж попередній квартал, але неочікувано гіршим, ніж аналогічний період минулого року.

### Динаміка продажів на ринку великої побутової техніки (млрд. грн)



**Джерело:** GfK Retail and Technology Ukraine

У першому кварталі 2010 року ринок великої побутової техніки показав характерне сезонне падіння відносно попереднього кварталу. Порівняно з четвертим кварталом 2009 року продажі скоротилися на 8%. Проте такий показник є позитивною тенденцією уповільнення падіння, якщо порівнювати початок 2009 року з кінцем 2008 року, коли падіння склало 35%.

Продажі вбудованої техніки загалом за перший квартал 2010 року були кращі, ніж у сегменті незалежних продуктів, що відповідним чином вплинуло на збільшення частки першої на ринку з 18,5% в четвертому кварталі 2009 року до 20% в першому кварталі 2010 року. Така негативна динаміка для незалежних продуктів була спричинена, головним чином, падінням продажів в основній групі цієї категорії – холодильниках. Як і раніше, незалежні продукти становлять основу продажів великої побутової техніки, займаючи чотири п'ятих ринку.

4 червня 2010 року

Оксана Шведюк  
Експерт ринку великої побутової техніки  
Відділ аудиту роздрібної торгівлі непродовольчими товарами  
GfK Ukraine  
Тел.: (044) 230-0260  
Факс: (044) 230-0262  
Oksana.Shvedyuk@gfk.com

Євгенія Єгорова  
Менеджер з розвитку бізнесу  
Тел.: (044) 230-0260  
Факс: (044) 230-0262  
pr.ukraine@gfk.com

GfK Ukraine  
бул. Лесі Українки, 34, оф. 601  
Київ, 01601, Україна

Адреса для кореспонденції:  
а/с 153, Київ, 01010, Україна

Тел.: (044) 230-0260  
Факс: (044) 230-0262

info.ukraine@gfk.com  
www.gfk.ua

Зареєстровано в Україні  
Код: #23512435

Порівняно з першим кварталом 2009 року найкращу динаміку продажів продемонстрували посудомийні та сушильні машини, а також морозильні камери: ріст склав 5%, 34% та 56% відповідно. Проте, порівняно з четвертим кварталом 2009 року можна говорити лише про міру падіння продажів, яка коливалась від 34% в морозильних камерах до 9% в посудомийних машин. Групами з мінімально негативною динамікою відносно минулого кварталу стали мікрохвильові печі та посудомийні машини – падіння склало 9% та 10% відповідно. Трохи гіршою була динаміка групи приладів для приготування їжі (плити та вбудовані духові шафи): падіння продажів такої техніки сягнуло позначки 13%. Співмірним стало падіння в трьох інших категоріях – варильних поверхнях, витяжках та сушильних автоматах: 19%, 18%, 17% відповідно. Найбільшим показником падіння відрізнялись холодильники та морозильні камери – порівняно з четвертим кварталом 2009 року їхні продажі скоротилися на 26% та 34%.

### **Холодильники та морозильні камери**

Холодильники все ще залишаються основною групою ринку великої побутової техніки, хоча ця група і зазнала найбільших втрат порівняно з попередніми періодами. У першому кварталі 2010 року продажі холодильників досягли свого мінімуму порівняно з показниками за останні кілька років. Загалом було продано холодильників на 465 млн. гривень, що на чверть менше, ніж у четвертому кварталі 2009 року і на 15% ніж у першому кварталі 2009 року. Така негативна динаміка відобразилась на частці холодильників на ринку великої побутової техніки, яка зменшилась до рівня 29,7%.

З початку минулого року існує тенденція до росту частки категорії дводверних холодильників з нижнім розміщенням морозильної камери. За останній квартал цей найбільший підсегмент укріпив свої позиції на ринку холодильників: на продажі таких моделей припало 68,3% ринку холодильників, що майже на 10 п.п. більше, ніж за аналогічний період 2009 року. Найбільших втрат зазнала категорія холодильників з верхнім розміщенням морозильної камери, продажі яких ще рік тому становили третину продажів всіх холодильників. За перший квартал 2010 року частка цього підсегменту зменшилась до 22,6%.

Односторонні холодильники займають 4% ринку холодильників, що майже 1 п.п. більше порівняно як із показником попереднього кварталу, так і результатом першого кварталу 2009 року. Водночас, сегмент Syde by Syde, який минулого року займав 5%, тепер охоплює трохи менше 4% продажів всіх холодильників.

Морозильних камер було продано на суму 45 млн. гривень. Це перевищило показники першого кварталу 2009 року більше ніж на 50%. Проте падіння продажів цієї техніки відносно попереднього кварталу було найбільшим серед груп великої побутової техніки (34%).

### **Пральні машини**

Як і раніше, пральні машини залишається другою за обсягами продажів групою великої побутової техніки. Загалом, за перший квартал цього року було продано пральних машин на суму 433 млн. грн. Порівняно з

аналогічним періодом 2009 року продажі скоротилися на 9%, а з четвертим кварталом 2009 року – на 22%.

Незмінним залишається співвідношення між автоматичними та напівавтоматичними приладами: 98% до 2%. Майже не відбулось змін у розподілі за типами завантаження: 84% продажів автоматичних пральних машин складають моделі з фронтальним завантаженням та 15% – з вертикальним. Як і раніше, автоматичні машини з функцією сушіння серед автоматичних пральних машин є найменшою категорією і займають трохи більше відсотка.

Щодо розподілу за глибиною приладу всередині категорії пральних машин з фронтальним завантаженням не було жодних змін порівняно з попереднім кварталом: вузькі пральні машини (глибина 36-45 см) охоплюють 58% сегменту. Пральні машини з фронтальним завантаженням з глибиною до 36 см та з глибиною більше, ніж 45 см, як і в минулому кварталі, займають 5,5% та 19%.

Протягом чотирьох останніх кварталів ми спостерігали тенденцію до росту сегменту «4,5-5 кг» у завантаженні, проте перший квартал 2010 року змінив цей тренд. Сегменти «4-4,5 кг» та «4,5-5 кг» втратили в середньому по 2 п.п. своєї частки в категорії пральних машин з фронтальним завантаженням і тепер займають 15,6% та 33% відповідно. Натомість, моделі «5-5,5 кг» та «5,5-6 кг» почали відновлювати свою частку: вони додали майже 2% в сегменті машин з фронтальним завантаженням і тепер охоплюють 6% та 14% відповідно. Таку тенденцію зі збільшення завантаження головним чином визначили продажі вузьких фронтальних пральних машин.

### **Вбудована техніка**

Майже незмінною залишається структура продажів вбудованої техніки: з невеликими коливаннями в межах 1-2% основні групи цього сегменту – вбудовані духові шафи, варильні поверхні та витяжки – забезпечують 80% всіх продажів. Додавши 1 п.п. відносно попереднього кварталу і втративши стільки ж відносно першого кварталу 2009 року, вбудовані духові шафи з показником 32% займають перше місце за часткою серед продажів вбудованої техніки.

Майже таку ж частку (30%) займають варильні поверхні, які дещо втратили відносно минулорічних показників. Як і раніше, найбільш привабливою комбінацією для споживача є газова поверхня та електрична духові шафа – 97% продажів духових шаф є електричними, а частка газових поверхонь перевищує 70%. З невеликими коливаннями в межах половини відсотка продуктова група витяжок забезпечує п'яту частину надходжень в сегменті вбудованої техніки.

**Результати у формі таблиці, млн. грн.**

	Q2 2009	Q3 2009	Q4 2009	Q1 2010	Q1 2010/ Q1 2009
Витяжки	53	67	79	64	-7,7%
Плити/духові шафи	199	258	315	273	-6,5%
Посудомийні машини	36	55	64	58	5,3%
Морозильні камери	42	79	67	45	56,4%
Варильні поверхні	70	94	106	86	-14,1%
Мікрохвильові печі	83	112	151	136	-2,1%
Холодильники	503	710	626	465	-14,7%
Сушильні машини	3	4	5	4	33,7%
Пральні машини	337	426	557	433	-6,9%
<b>ЗАГАЛОМ</b>	<b>1326</b>	<b>1804</b>	<b>1969</b>	<b>1563</b>	<b>-7,8%</b>

**Джерело:** GfK Retail and Technology Ukraine

**Дослідження**

Дані засновані на дослідженнях, що проводить панель Retail and Technology (Панель роздрібної торгівлі). Панель роздрібної торгівлі містить дані з понад 190 000 роздрібних торгових точок у всьому світі. Для отримання детальнішої інформації відвідайте [www.gfkr.com](http://www.gfkr.com) та [www.gfk.ua](http://www.gfk.ua) або звертайтеся до контактних осіб:

Оксана Шведюк  
Тел.: (044) 230-0260  
[Oksana.Shvedyuk@gfk.com](mailto:Oksana.Shvedyuk@gfk.com)

Євгенія Єгорова  
Тел.: (044) 230-0260,  
[pr.ukraine@gfk.com](mailto:pr.ukraine@gfk.com)

**GfK Ukraine**

GfK Ukraine – українська дослідницька компанія, яка пропонує повний перелік послуг з опитувань та досліджень ринків в Україні, Молдові та Білорусі. GfK Ukraine здійснює свою діяльність за трьома бізнес-напрямами: дослідження на замовлення, дослідження роздрібної торгівлі електропобутової техніки та електроніки (електропанель) та медіа-дослідження. GfK Ukraine входить до міжнародної дослідницької мережі GfK Group. Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт: [www.gfk.ua](http://www.gfk.ua). Слідкуйте за нашими новинами на [www.twitter.com/gfk\\_ua](http://www.twitter.com/gfk_ua).

**GfK Group**

GfK Group забезпечує важливі знання, які для прийняття рішень потребують компанії, що працюють у сфері промисловості, роздрібної торгівлі, послуг, а також медіа. Дослідницька група пропонує різноманітну інформацію та консультативні послуги за трьома бізнес-напрямами: дослідження на замовлення, електропанель та медіа-дослідження. GfK Group – четверта за розмірами мережа з маркетингових досліджень в світі – здійснює свою діяльність в більш ніж 100 країнах. В компаніях GfK Group працюють більше 10 тис. співробітників. В 2008 році обсяг продажів GfK Group становив 1,2 млрд. євро. Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт: [www.gfk.com](http://www.gfk.com).