

Press Release

21 листопада 2011 року

Андрій Осадчий
Старший експерт
Відділ аудиту роздрібної
торгівлі непродовольчими
товарами
ГфК Юкрейн
Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262
Andriy.Osadchyy@gfk.com

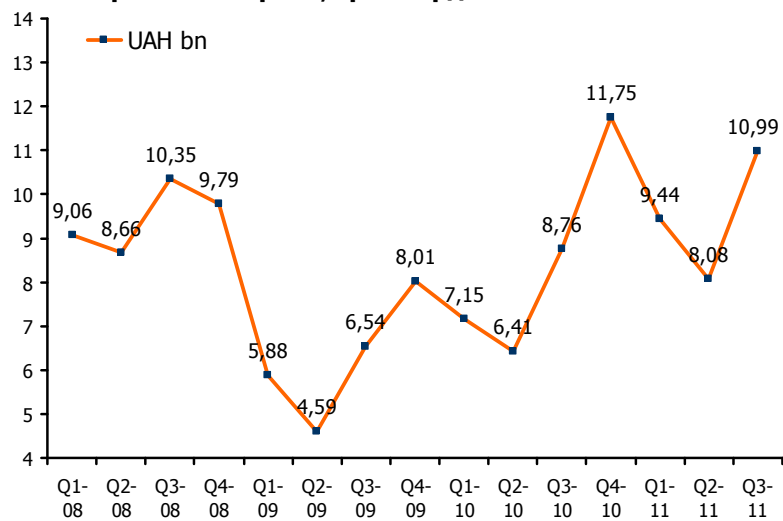
Євгенія Єгорова
Менеджер з розвитку бізнесу
Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262
pr.ukraine@gfk.com

Україна: Продовження непересічних показників в третьому кварталі 2011 року

Результати GfK TEMAХ® Україна за третій квартал 2011 року

Київ, 17 листопада 2011. – Ринок побутової техніки та електроніки в черговий раз заявив про себе більш ніж вдало і продемонстрував зростання на рівні 25% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Найбільші обсяги продажів, як і раніше, забезпечують ІТ-сектор та сектор великої побутової техніки, чия агрегована частка складає половину всіх продажів ринку побутової техніки та електроніки. Одночасно ІТ-сектор продовжує активно збільшувати свою частку, що дає підстави припустити його шанси вийти на перші позиції.

Динаміка продажів на ринку побутової техніки та електроніки в Україні, грн. млрд.



ГфК Юкрейн
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

Джерело: GfK TEMAХ® Ukraine, GfK Retail and Technology

Третій квартал року завжди характеризується високим рівнем продажів в ІТ-секторі, оскільки серпень-вересень – це сезон

«повернення до школи», коли ІТ продукти користуються підвищеним попитом. Також достатньо позитивні показники зростання (30%) демонструє сегмент фото-товарів, і це при тому, що цей сегмент – є одним із найменших сегментів ринку побутової техніки та електроніки.

За даними GfK TEMAX загальний ринок побутової техніки та електроніки набирає обороти ще з початку року і зараз складає майже 11 млрд. грн. На підставі цих результатів ми можемо прогнозувати успішне завершення року.

Офісне обладнання: багатофункціональні пристрої заміняють сканери

Сканери можна назвати технологічно застарілим продуктом. Це група сектору офісної техніки, яка показала падіння продажів в порівнянні з третім кварталом минулого року: на 26% в фізичному та 4% в грошовому вимірі. Така ситуація може означати, що обсяги продажів сканерів зменшуються, проте виробники не поспішають знижувати ціни на них. Незважаючи на це, багатофункціональні пристрої все ще домінують на ринку офісної техніки із часткою 64,8%. Цей ринок за даний період виріс на 15%, дещо менш вдало показали себе принтери – зростання продажів дорівнювало всього 8%.

Мала побутова техніка: помірні ринкові зміни

Продажі малої побутової техніки у третьому кварталі 2011 року склали 0,63 млрд. грн. Це на 13% більше показників третього кварталу 2010 року. Як і раніше, покупець зацікавлений у кавових апаратах. З липня по вересень 2011 року їх було продано на 37% більше, ніж за аналогічний період 2010 року. Однак, ця група і надалі залишається порівняно невеликою. Найбільшою у грошовому вимірі групою цього сегменту залишаються пилососи. Хоча ця група почувається не надто комфортно. Покупець виявився не зацікавленим в купівлі пилососів з мішком для пилу – більш дешевої категорії. Показники продажів від'ємні в порівнянні з третім кварталом 2010 року. Другою групою, якій покупець не надав відповідної уваги за цей період, були праски для одягу. Ринок залишився майже нерухомим – 11% росту. Ніби всупереч цьому, продажі приладів для догляду за волоссям, зокрема, приладів для стрижки та для укладки волосся збільшились на 20% і 27% відповідно. Активність покупців цих товарів найімовірніше пов'язана з вдалими промо-пропозиціями гравців ринку. Група товарів «кухонні комбайни», котра довгий час залишалася занедбаною, раптово отримала друге життя: зростання обсягів продажів становило 90%, що дозволило їй завоювати 5% від сегменту малої побутової техніки.

Телекомунікаційне обладнання: мобільні телефони утримують найбільшу частку ринку

В третьому кварталі 2011 року сегмент телекомунікаційного обладнання продемонстрував помірне зростання на 15%. Мобільні телефони все ще залишаються найбільшою групою на даному ринку (з часткою на рівні 60%). Одночасно смартфони набирають обертів надзвичайно швидко – їх частка збільшилася на 91,7% і зараз складає 37% , що дорівнює 821 млн. грн. Стосовно технічних характеристик, ми можемо простежити тенденцію в бік збільшення прихильності до «multi-touch» дисплеїв та екранів з більшою діагоналлю. Цікавою ситуацією на ринку телекомунікаційного обладнання стало збільшення обсягів продажів телефонів, що працюють з двома sim-картами. Щодо стаціонарних телефонів, зростання на 18% кількості проданих телефонів із кольоровим дисплеєм вплинуло на збільшення їх частки до 46% від всього ринку стаціонарних телефонних апаратів. Половина проданих в третьому кварталі домашніх та офісних телефонних пристроїв мали функцію поліфонічного дзвінка, це на 11% більше за аналогічний період квартал року. Підвищення ціни на телефони із функцією відправки SMS-повідомлень зменшило обсяги продажів удвічі, а їх частка склала 6%.

Велика побутова техніка: морозильні камері на вершині

За винятком найменших за обсягами продажів груп посудомийних машин та сушильних автоматів, продуктові категорії великої побутової техніки продемонстрували зростання на 16%. Найкращі показники виявили групи морозильних камер та пральних машин – зростання продажів дорівнює 34% та 23% відповідно. Решта груп демонстрували приблизно однакову динаміку: зростання продажів холодильників, які є найвагомішою продуктовою групою з часткою 41,5%, склало 11%; таких самих результатів досягла і група витяжок; дещо краще зростання продемонструвала категорія мікрохвильових печей – 12% додатково у порівнянні з аналогічним кварталом минулого року; на 19% зросли продажі плит та вбудованих духових шаф; на 16% – варильних поверхонь. На жаль, динаміка фізичних показників є менш оптимістичною, що може внести корективи у сподівання на останній квартал та поточний рік загалом.

Фоторинок: надзвичайні результати третього кварталу

Зростання продажів фотоапаратів у липні-вересні 2011 року дорівнювало 30% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Зважаючи на те, що показники зростання у третьому кварталі навіть перевищили темпи зростання у досить вдалому

для цього ринку першому півріччі 2011 року, можна також прогнозувати успішну загальну динаміку року.

Побутова електроніка: відновлення ринку

Ринок побутової електроніки у третьому кварталі 2011 року продемонстрував зростання на рівні 31% відносно аналогічного періоду минулого року. Як і передбачалось раніше, у третьому кварталі темпи зростання уповільнились. Така динаміка пов'язана із значним збільшенням продажів у другому півріччі 2010-го порівняно до показників першого півріччя. Проте, варто зазначити, що показники всіх трьох кварталів 2011 року були вищі за показники аналогічних періодів «докризисного» 2008 року – тобто можна говорити про відновлення ринку. Варто детальніше розглянути ринок телевізорів, оскільки їх частка в сегменті складає 75,6%. Третій квартал 2011 року продовжив тенденції минулих періодів. Так, наприклад, сегмент 3D-телевізорів, якому останнім часом приділяється найбільше уваги, займає 15% від кількості усіх проданих телевізорів у третьому кварталі на протипагу 9% у другому кварталі 2011 року. Значне зростання також продемонстрували продажі телевізорів з LED-технологією – їх частка склала 50% проти 19% за аналогічний квартал 2010 року.

Інформаційні технології: ноутбуки виграють у нетбуків

Загалом ринок ІТ показав 46% зростання продажів, що вивело його в перелік секторів, що зростають найбільшими темпами. Ноутбуки переживають найкращі часи із зростанням продажів в 50%, все ще утримуючи провідні позиції в ІТ-секторі з часткою 69,5%. Ринок зростає здебільшого саме завдяки ноутбукам, чії технічні характеристики мають тенденцію до покращення, а частка нетбуків, навпаки, продовжує зменшуватись. Зростання продажів LCD-моніторів на рівні 26% зумовлене майже чотирикратним покращенням позицій LED-моніторів. Широкоформатні монітори (16:9) практично витіснили решту моніторів з ринку. Продажі 3-D моніторів демонструють повільне, але стабільне зростання, хоча говорити про їх лідерство ще зарано. Загалом частка моніторів в даному секторі залишається відносно незмінною – 20,5%. Продажі стаціонарних комп'ютерів зросли на 32% в порівнянні з третім кварталом 2010 року, а їх незначна частка в ІТ-секторі складає 10%.

Третій квартал 2011 року: загальні висновки

Незважаючи на песимістичні прогнози, що 2011 рік буде важким і для споживачів, і для роздрібних мереж, третій квартал став вдалим продовженням поточного року. Значне зростання спостерігається на всіх ринках, починаючи з безумовного лідера –



сектору інформаційних технологій, що виріс майже в половину. Ще одне значне зростання продемонстрували ринок побутової техніки та фоторинок, обсяги продажів яких збільшились на третину. На підставах позитивної оцінки поточної ситуації, можна припустити, що закінчення року буде таке ж успішне.

Результати у формі таблиці

	Q4 2010	Q1 2011	Q2 2011	Q3 2011	Q3 11 /Q3 10	Q1-3 2011	Q1-3 11 /Q1-3 10
	M.UAH	M.UAH	M.UAH	M.UAH	+/--%	M.UAH	+/--%
Consumer Electronics (CE)	2.474	1.834	1.345	1.670	30,7%	4.848	39,4%
Photo (PH)	370	333	369	529	30,7%	1.230	27,5%
Major Domestic Appliances (MDA)	2.794	1.996	2.009	2.790	16,2%	6.795	19,9%
Small Domestic Appliances (SDA)	738	733	540	630	13,1%	1.903	19,1%
Information Technology (IT)	2.772	2.292	1.949	2.907	46,3%	7.148	43,0%
Telecommunication (TC)	2.267	1.983	1.659	2.195	15,4%	5.836	16,7%
Office Equipment & Consumables (OE)	335	270	215	265	12,2%	750	22,9%
GfK TEMAХ® Україна	11.750	9.441	8.085	10.985	25,4%	28.511	27,8%

Джерело: GfK TEMAХ® Ukraine, GfK Retail and Technology

Дослідження

Висновки базуються на дослідженнях, що проводить GfK Retail and Technology. GfK Retail and Technology містить дані з понад 190 000 роздрібних торгових точок у всьому світі. Для отримання детальнішої інформації відвідайте www.gfkr.com та www.gfk.ua або звертайтеся до контактних осіб:

Андрій Осадчий
Tel.: +380 44 230-0260,
Andriy.Osadchyy@gfk.com
Євгенія Єгорова
Tel.: +380 44 230-0260,
pr.ukraine@gfk.com

GfK Group

GfK Group забезпечує важливі знання, які для прийняття рішень потребують компанії, що працюють у сфері промисловості, 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 – п'ята за розмірами мережа з маркетингових досліджень в світі – здійснює свою діяльність в більш ніж 100 країнах. В компаніях GfK Group працюють більше 10 тис. працівників. В 2010 році обсяг продажів GfK Group



становив 1,29 млрд. євро. Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт: www.gfk.com.

GfK Ukraine

GfK Ukraine – українська дослідницька компанія, яка пропонує повний перелік послуг з опитувань та досліджень ринків в Україні, Молдові та Беларусі. GfK Ukraine здійснює свою діяльність за трьома бізнес-напрямами: дослідження на замовлення, дослідження роздрійбної 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.

Слідкуйте за нашими новинами на www.twitter.com/gfk_ua.