

# Пресреліз

## Українці адаптуються до нових умов життя

27 квітня, 2020

**Андрій Осадчий**  
Заступник керівника  
відділу аудиту роздрібної  
торгівлі непродовольчими  
товарами  
Тел.: (044) 230-0260  
Факс: (044) 230-0262  
[andriy.osadchyy@gfk.com](mailto:andriy.osadchyy@gfk.com)

**Марія Губаренко**  
Менеджерка з маркетингу та  
комунікацій  
Тел.: (044) 230-0260  
Факс: (044) 230-0262  
[pr.ukraine@gfk.com](mailto:pr.ukraine@gfk.com)

**Київ, 27 квітня 2020 – GfK Ukraine щотижня відстежує дані про роздрібний ринок побутової техніки та електроніки в Україні. Протягом 12-15 тижня 2020 року (16 березня – 12 квітня) споживачі пристосовувалися до нових умов, пов'язаних із пандемією COVID-19 та ізоляцією. Початок карантину призвів до скорочення ринку побутової техніки та електроніки в Україні на 37 відсотків (у порівнянні з попереднім тижнем).**

Очікувано, на фоні впроваджених обмежень та зачинення фізичних магазинів, **традиційні продажі** скоротилися на 54 відсотки, натомість **онлайн зріс** на 20 відсотків.

### **Продажі техніки висвітлюють пріоритети українців на початку карантину**

У **перший тиждень ізоляції** незначна позитивна динаміка збереглася на ринку **ноутбуків**, оскільки споживачам потрібно було облаштувати домашні робочі місця. 7-відсоткове зростання у натуральному вираженні показали продажі **морозильних камер**. Споживачі, вочевидь, остерігалися обмежень пересування і, як наслідок, потребували можливості тривалого зберігання продуктів.

### **Продовження переходу споживачів в Інтернет**

Впродовж 13-го тижня продовжується падіння ринку побутової техніки та електроніки на 23 відсотки відносно попереднього тижня. Частка **онлайн продажів** зростає до 60 відсотків, а суттєвий розрив між темпами зростання традиційних та інтернет-продажів надалі зберігається. Поширення захворювання в Україні та світі, а також невизначеність прогнозів спонукають українців і надалі відкладати чи суттєво обмежувати покупки техніки.

Продажі майже всіх категорій ринку побутової техніки та електроніки скорочуються протягом другого тижня карантину. Найменше це стосується **дрібнобудованої техніки**, єдина категорія, що показала

GfK Ukraine  
(ГФК Юкрейн)  
б-р Лесі Українки, 34, оф. 601  
Київ, 01133, Україна

Тел.: (044) 230-0260  
Факс: (044) 230-0262  
[gfk.com/uk-ua/](http://gfk.com/uk-ua/)

позитивну динаміку — це **електробритви**.

Суттєво зменшилися продажі на ринку **телекомунікацій**. У перший тиждень карантину продажі **смартфонів** скоротилися на 50 відсотків у грошовому вираженні, а на 15 тижні 2020 року оборот цієї категорії становить лише половину від середньотижневого обороту у 2019 році.

### **Адаптація до нових умов**

Після стрімкого падіння продажів 12-го та 13-го тижнів, ринок побутової техніки та електроніки **відновив позитивні темпи зростання** додавши 8 відсотків у грошовому вираженні на 15 тижні відносно попереднього. Така динаміка свідчить про те, що українці певною мірою адаптувалися до змін.

Наразі споживачі прагнуть до **налагодження комфортного та приємного перебування** в ізоляції та до **проведення часу з користю**: прибирання, приготування їжі. Це підтверджують, продажі **малої побутової техніки**, що на 15 тижні зросли на 25 відсотків у порівнянні з попереднім тижнем. Насамперед, це стосується **приладів для приготування їжі** (міксерів, блендерів та кухонних комбайнів) ця категорія зросла на 32 відсотки, та **пилососів**, що додали 30 відсотків у порівнянні з минулим тижнем (у натуральному вираженні). Також зросли деякі категорії **великої побутової техніки**, такі як **мікрохвильові печі, плити та духовки**.

На 15 тижні також варто відзначити продажі категорій, спрямованих на забезпечення **комфорту та розваг**: продажі **телевізорів** виростили на 17 відсотків у натуральному вираженні, **планшетів** – на 10 відсотків, **смартфонів** – на 21 відсоток.

Отже, українські споживачі поступово оговтуються від першого шоку та адаптуються до подальшого життя в оновлених умовах.

### **Про дослідження**

Дані щотижневої панелі аудиту роздрібної торгівлі побутовою технікою та електронікою в Україні Point of Sales Tracking GfK Ukraine. Щотижневий аудит POS Tracking GfK Ukraine дозволить виміряти **вплив пандемії COVID-19 на попит на товари довготривалого вжитку**, визначити **найбільш вразливі продукти** та навпаки, ті, що **матимуть попит** через зміну звичок споживачів. Крім того наші дані показують **успішність різних каналів продажу** в цілому та в розрізі регіонів.

### **Про GfK**

GfK – це цілеспрямований, цифровий та орієнтований на клієнта бізнес. Компанія з'єднує дані й науку та має унікальний досвід ефективного використання власних даних у поєднанні з

даними третіх сторін для створення незамінних ринкових прогнозів та рекомендацій, а також розуміння споживачів. Сучасні аналітичні рішення дають відповіді на ключові питання бізнесу щодо споживачів, ринків, брендів та медіа. Як партнер з аналітики, GfK обіцяє своїм клієнтам по всьому світу зростання завдяки знанням. Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш вебсайт: [gfk.com/uk-ua/](https://gfk.com/uk-ua/).

Спеціальна сторінка з глобальними даними GfK щодо COVID-19 - <https://gfk.com/coronavirus>