

Пресреліз

Ринок побутової техніки та електроніки в Україні – нові умови

1 червня, 2020

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

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

Київ, 1 червня 2020 – GfK Ukraine щотижня збирає та аналізує дані роздрібних продажів побутової техніки та електроніки в Україні. Ми відстежили події на ринку протягом перших 20 тижнів 2020 року*, перехід від звичного життя до періоду паніки й невизначеності та звання до нової реальності.

Перші 11 тижнів 2020 року ключові ринки побутової техніки та електроніки в Україні демонстрували зростання на 13 відсотків у гривневому вимірі в порівнянні з аналогічним періодом 2019 року. Найбільше зросли продажі телевізорів, пилососів та посудомийних машин (+24 відсотки, +28 відсотків та +30 відсотків відповідно).

Реакція на запровадження карантину

З 16 березня до 19 квітня 2020 року (12 – 16 тижні) ринок скоротився на 26 відсотків (у порівнянні з аналогічним періодом минулого року). Через обмеження, пов'язані із пандемією COVID-19 та панічні настрої серед споживачів, **майже всі категорії техніки зазнали зменшення продажів**. В цей період **фокус споживачів змістився на товари першочергової необхідності**, що змінило звичайні ринкові тренди та сезонність покупок.

Найбільше постраждав **ринок смартфонів та мобільних телефонів** із падінням на рівні 43 відсотків у порівнянні з 12-16 тижнями 2019 року. Різкого падіння також зазнали **ключові категорії великої побутової техніки**: мікрохвильові печі (-31 відсоток), холодильники (-35 відсотків), плити та духовки (-35 відсотків). Єдиною групою товарів, що зросли у найбільш кризовий період 12-16 тижнів, були **ноутбуки** із показником зростання у 22 відсотки.

Адаптація

17 – 20 тижні 2020 року (20 квітня – 17 березня) можна

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/

схарактеризувати як період адаптації покупців до нових умов життя.

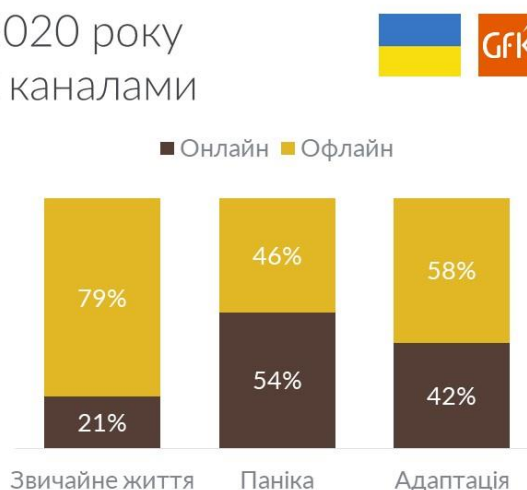
Для споживача в цей час важливо створити для себе комфортні умови вдома, як наслідок, зросли продажі **приладів для готування їжі, телевізорів, пилососів**. Також покупці здійснювали відкладені покупки, що позитивно вплинуло на продажі **смартфонів та великої побутової техніки**.

Крім того, відновленню ринку побутової техніки та електроніки сприяло **поновлення роботи офлайн магазинів**.

Починаючи з 17 тижня 2020 року зростає конкуренція між каналами продажів

Період адаптації починається з поновлення роботи звичайних магазинів та залежить від урядових норм карантину та ізоляції.

Відзначаємо важливість офлайн магазинів



GfK Point-of-Sales Weekly Retail Panel, Week 1-20, 2020, Value in UAH
*TCG includes Telecom: Smart-mobilephones, Corewearables; IT: Mediatablets, Mobile Computers; CE: PTV; MDA: Cooling, Cooking, Washing Machines, Dishwashers, Freezers, Hobs, Microwave Ovens; SDA: Vacuum Cleaners, Shavers, Irons, Hot Beverage Makers, Foodpreparation

© GfK

Ринок побутової техніки та електроніки з 17 до 20 тижня відновлюється із 8-ми відсотковим показником зростання, порівняно до аналогічного періоду минулого року. Лідером ринку за темпами зростання продажів є категорія **ноутбуків** (+63 відсотки). Водночас зростання демонструють **пилососи** (+49 відсотків), **електробритви** (+ 33 відсотки) та **телевізори** (+39 відсотків).

Нова норма

Ми відзначаємо ключові зміни, що відбуваються на ринку побутової техніки та електроніки внаслідок обмежень, пов'язаних із заходами протидії пандемії COVID-19:

- Порухнення традиційної сезонності продажів
- Зміни звичних тенденцій внаслідок падіння доходів споживачів
- Більша гнучкість при виборі звичайного чи інтернет-магазину
- Поступове стирання меж між традиційним та онлайн-рітейлом

- Розвиток цифрових послуг: електронної комерції, платіжних систем та послуг замовлення та доставки.

***1 – 20 тижні** – період з 1 січня по 17 травня 2020 року

Про дослідження

Дані щотижневої панелі аудиту роздрібною 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.

[Спеціальна сторінка з глобальними даними GfK щодо COVID-19](#)