

## Лекція 1. Огляд ринку електроніки і побутової техніки: останні тенденції

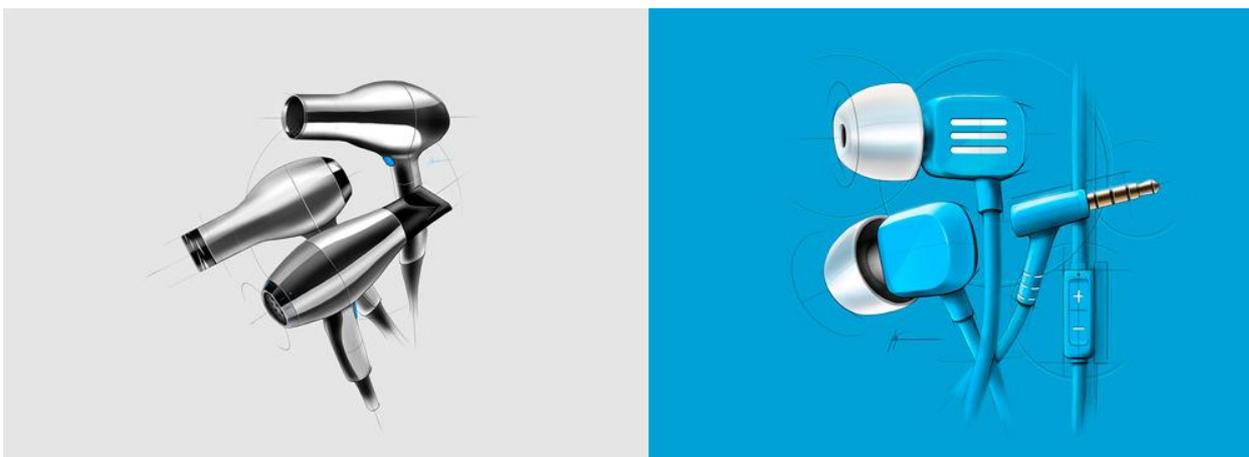
Ринок побутової техніки та електроніки в Україні переживає складні часи. Навіть колосальне зростання цін не змогло врятувати ринок від падіння. У січні-березні 2016 року воно становило 5,9% у грошовому вираженні порівняно з аналогічним періодом 2015 року. Все це змушує виробників шукати шляхи виходу з кризи та ще інтенсивніше боротися за лояльність покупців із найближчими конкурентами.

Маркетологи компанії KLONA підготували огляд ринку електроніки і виділили 6 тенденцій, які допоможуть виробникам зрозуміти, чому віддають перевагу споживачі, і що чекає ринок надалі.

### Ринок побутової техніки та електроніки: офіс VS будинок

Усього два сектори на ринку електронних пристроїв не показали падіння: телекомунікаційне обладнання та офісна техніка. За даними компанії GfK Ukraine продаж телекомунікаційного обладнання зріс на 28,7% (до 3,749 млрд грн). Сектор офісної техніки залишився на рівні аналогічного періоду 2015 року та становив 188 млн грн.

Побутова електроніка показала зниження продажів на 32% до 1519 млрд. грн. На думку деяких гравців ринку побутової техніки, це сталося переважно за рахунок зниження попиту на телевізори.



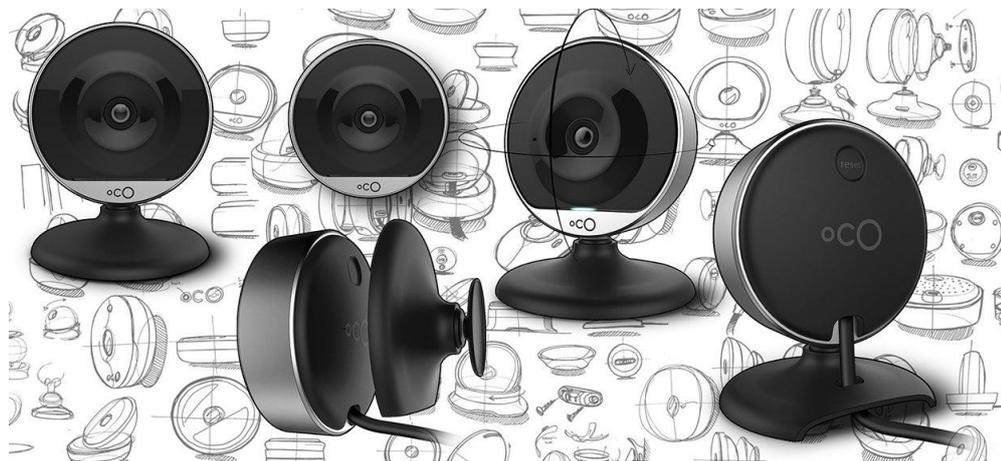
Зниження продажів у першому кварталі 2016 року (щодо аналогічного періоду 2015 року) спостерігалось у наступних секторах:

фототехніка на 24,8% – до 145 млн грн;

велика побутова техніка на 18,3% – до 2,115 млрд грн;

холодильники на 22,1%;  
морозильні камери на 22,6%;  
мінімальна побутова техніка на 16,8%;  
ІТ-техніка на 3,7% до 3 млрд грн;  
ноутбуки на 11,2;  
планшети на 19%

Незважаючи на загальне падіння, продажі деяких видів техніки все ж таки зросли. Наприклад, комп'ютерної периферії – мишок та клавіатур. Також зростання у грошовому вираженні показали смартфони на 31,5%. Це пов'язано переважно із підвищенням середньої ціни. Невелике зростання спостерігалось також у продажах МФУ (на 2,1%) та сканерів (на 7,6%).



На ринку побутової техніки з'являється дедалі більше моделей із різними функціями. Не завжди можна точно передбачити, що з цього буде за-требувано. Деякі новинки піднімають продажі в кілька разів, а деякі – залишаються незрозумілими та незатребуваними.

Наводимо дані деяких опитувань, що проходили у 2015 році на території України. З них можна зрозуміти, яка побутова техніка є популярною серед наших громадян сьогодні.

## Пилососи

54% українців у 2015 році обирали пилососи із системою фільтрації «циклон». Його особливість полягає в тому, що сміття збирається в контейнер, який зручніший, ніж стандартний мішок. Крім того, такі пилососи за розміром менші за звичайні. Єдиний недолік – висока гучність роботи. Близько 30% покупців обрали стандартні моделі з мішками для сміття, і близько 20% – пилососи з аквафільтром.

Не змогли завоювати велику популярність роботи-пилососи. На їхню частку припало всього 4% від загального продажу на ринку побутової техніки. Хоча покупці відзначали відсутність шуму під час роботи, ефективність та зручність використання подібних моделей. Можливо, при грамотній маркетинговій політиці та ретельнішому підході до [промислового дизайну](#), у роботів-пилососів з'явиться шанс у майбутньому.



Основні покупці мікрохвильових печей – сім'ї із 3-4 осіб. 75% проданих у 2015 році мікрохвильових печей мають об'єм 20-25 літрів. Більше 80% мають середню потужність 800 Вт. Більше третини покупців віддали переваги печам з механічним керуванням, такий самий відсоток вибрали сенсорне. Решта покупців обрали мікрохвильові печі з кнопковим і змішаним управлінням.

Серед додаткових функцій найпопулярнішим виявилось блокування дверцят від дітей (більше 50% покупців). На другому місці – гриль (46%).

## Пральні машини

Найважливіший для українців критерій при виборі пральних машин – технічні характеристики. Найбільший попит має функція повітряно-бульбашкового прання, їй віддали перевагу 17% покупців. Важливим споживачі вважали наявність сушіння (13% покупців). 12% вибрали машинку з функцією прання паром.

Що стосується обсягу барабана, найпопулярніший варіант – машини, розраховані на 6 кг. Далі йде барабан з обсягом 5 (24%) і 7 кг (22% покупців).



## Електронні книги

Абсолютна більшість (більше 90%) покупців вибирають книги з діагоналлю 6 дюймів або менше. Це пов'язано з тим, що книги часто беруть із собою в дорогу. Ще одним важливим критерієм є тип екрану. Найпопулярнішою технологією залишаються «електронні чорнила», їх віддали перевагу 50% користувачів. Для цього є кілька причин: такі книги більш безпечні для очей та довше тримають батарею. Однак є й недоліки: вони не мають власного підсвічування та найчастіше чорно-білі.

Що стосується книжкових форматів, найбільш затребуваними у 2015 році стали PDF та EPUB. Кожен із них обирали 15% користувачів. Далі йдуть

формати DOC, TXT та FB2 (по 13% кожен). Інші формати цікавили лише 10% покупців.

### Новинки ринку електроніки: пристрої, які носяться

У 2015 році по всьому світу було вироблено 78,1 млн пристроїв, що носилися, що на 172% більше, ніж у 2014 році. На думку експертів, найближчим часом ці новинки ринку електроніки стануть товарами масового споживання, і щонайменше 5 років ринок продовжуватиме зростати. За словами головного аналітика компанії IDC, вирішальну роль у зростанні популярності гратиме промисловий дизайн і модні тенденції.

Найбільш популярні пристрої даного сегмента в усьому світі: кнопка тривожної сигналізації, розумний годинник, персональний трекер, персональний ідентифікатор і очищувач води.



Ці дані підтверджує досвід компанії KLONA. За останній рік ми розробили дизайн для двох розумних браслетів. Один із них продається в Україні, а другий готується для продажу на ринках Європи та США. Докладніше про створення новинок ринку електроніки можна прочитати у нашому портфоліо.

Згідно з опитуваннями, що проводяться по всьому світу, кожен третій респондент упевнений, що буде користуватися щонайменше 5 пристроями, що носяться, до 2020 року. 43% опитаних упевнені, що такі пристрої стануть повноцінною заміною на смартфони.

Падіння популярності смартфонів підтверджує також фахівець у галузі споживчої поведінки Ericsson ConsumerLab Ясмеє Сінгх Сетхі. За його підра-

хунками, вже зараз близько 40% власників розумного годинника стали набагато менше взаємодіяти зі своїми смартфонами.

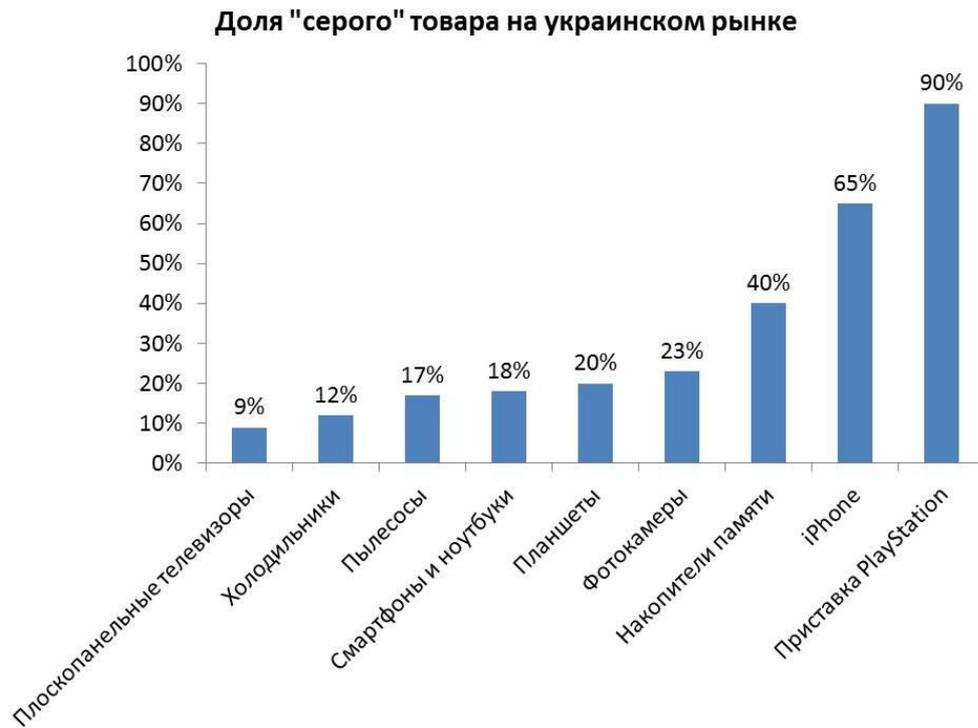


Згідно з дослідженням компанії Ericson, кожен другий користувач смартфонів у світі вважає, що через 5 років вони відійдуть у минуле. А на їхнє місце прийдуть досконаліші системи штучного інтелекту.

Ще одним перспективним напрямком експерти з усього світу вважають пристрої, які можна носити не на тілі, а всередині. З ними згодні і рядові споживачі – близько 60% опитаних вважають, що такі пристрої мають велике майбутнє. Приклади таких гаджетів – підшкірні чіпи для відстеження показників здоров'я, сенсори для вимірювання температури тіла та ін.

### “Чорний” ринок електронних пристроїв

За даними Асоціації підприємств інформаційних технологій України, у 2016 році значно зросла частка нелегальної техніки на українському ринку електронних пристроїв. За зразковими підрахунками нелегальний товар займає від 15 до 40% залежно від сегмента.



Попит на подібну техніку такий високий через її низьку ціну. При ввезенні нелегальної техніки не сплачуються податки та націнка на товар набагато нижче. Причому, що стоїть вартість пристрою, то більше вписувалося розбіжність у ціні проти офіційними постачальниками. Різниця в ціні становить приблизно 15-20%, що є досить істотним для рядового споживача.

Деяким продавцям на ринку електронних пристроїв стає просто нерентабельно ввозити деякі види техніки. Наприклад, директор із продажу "Canon Україна" розповіла, що професійні фотокамери просто не купують у офіційних постачальників через суттєву різницю в ціні. Тому компанія Canon перестала ввозити їх до України.

За найскромнішими підрахунками щорічні втрати від контрабанди оцінюються у 3,6 млрд. грн. Тільки нелегальні постачання iPhone виводять із бюджету близько 0,8 млрд грн. Грешать контрабандою не лише інтернет-магазини, а й немережевий роздріб.

Споживачі електроніки готові підтримати вітчизняне

Згідно з проведеним на території України опитуванням більше третини українців готові підтримувати вітчизняного виробника. У ході опитування у споживачів електроніки дізнавалися, велику побутову техніку якого виробника вони вибрали б за інших рівних умов. При цьому на вибір було надано такі країни: Китай, В'єтнам, Білорусь, Україна, Росія, Румунія та Болгарія.



33% опитаних обрали Україну. При цьому вибирати вітчизняного виробника більше схильні до чоловіків (37%), ніж жінок (27%). Також більше половини опитаних (58%) заявили, що готові обирати техніку українського виробництва, якщо їм запропонують більший гарантійний термін.

Зовнішній вигляд має значення

Згідно з дослідженням, проведеним у 22 країнах світу, кожен третій покупець електронного пристрою згоден з тим, що зовнішній вигляд має велике значення при виборі техніки. Цілком не згодні з цим лише 9% споживачів електроніки. 58% згодні тією чи іншою мірою.

Найбільш значущим критерієм зовнішній вигляд є для людей віком 20-29 років. 37% повністю згодні про те, що зовнішній вигляд впливає рішення про купівлю і лише 5% повністю згодні.



Найменш важливим є дизайн пристрою для респондентів віком від 50 років. Тільки 23% погодилися з тим, що цей критерій впливає на рішення про покупку.

Згідно з інтернет-опитуванням, проведеним в Україні, лише 5% користувачів вважають, що зовнішній вигляд ніяк не впливає на ухвалення рішення про покупку. 39% наголосили, що це дуже важливий критерій. Найбільше значення зовнішнього вигляду надають респонденти у вікових групах 15-19 та 30-39 років. Найменше дизайн пристрою цікавить українців віком від 60 років.

Незважаючи на складні часи, ринок побутової техніки та електроніки має багато перспектив. Споживачі готові платити за якісний товар, і що важливо – лояльно ставляться до українських виробників. Головне – врахувати всі вимоги покупців та розробити грамотний промисловий дизайн.