

Онлайн рынок бытовой техники и электроники (БТиЭ) Украины: объемы и тенденции

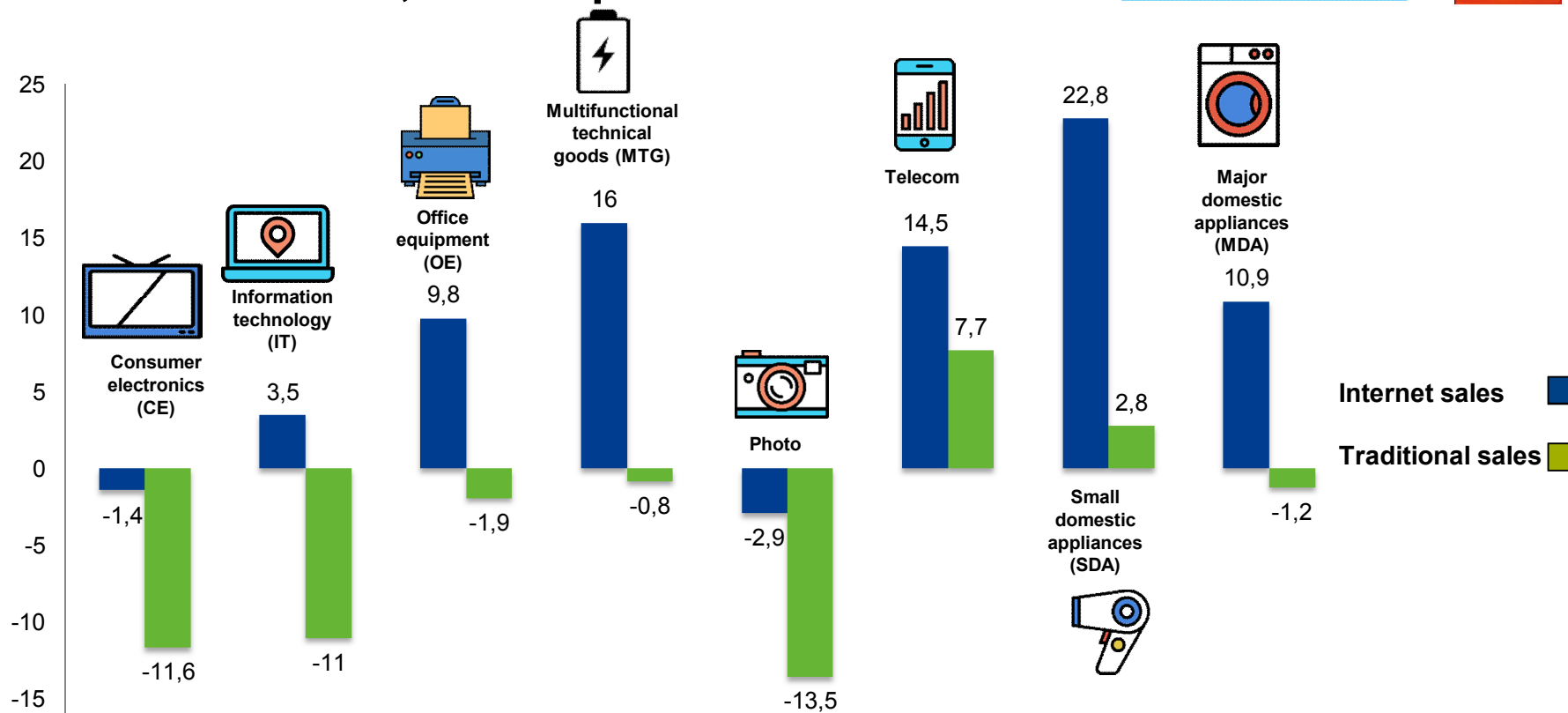


Андрей Осадчий, заместитель начальника отдела Point of Sales Tracking

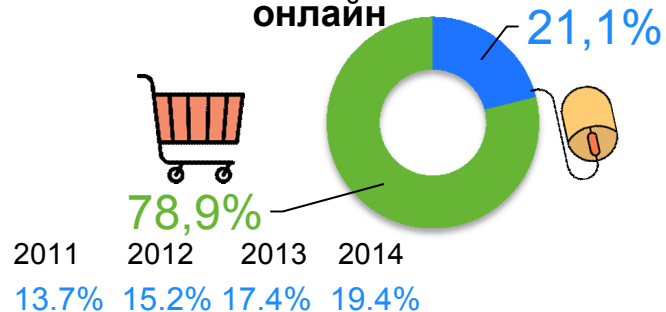
1. Место Украины на рынке онлайн продаж Европы.
2. Ключевые тренды рынка Украины.
3. Различия/сходство онлайн и оффлайн рынков.
4. Портрет украинского покупателя.

Рынок бытовой техники и электроники Европы 2015, темпы роста

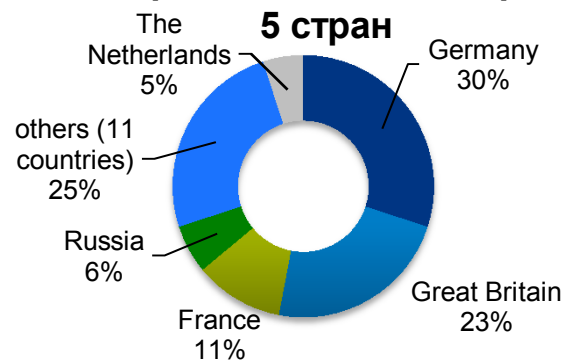
iFORUM2016



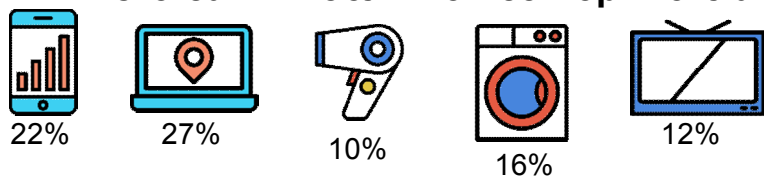
Каждое пятое евро тратится
онлайн



75% всех продаж в онлайне приходит из



IT это самый большой сектор в онлайн

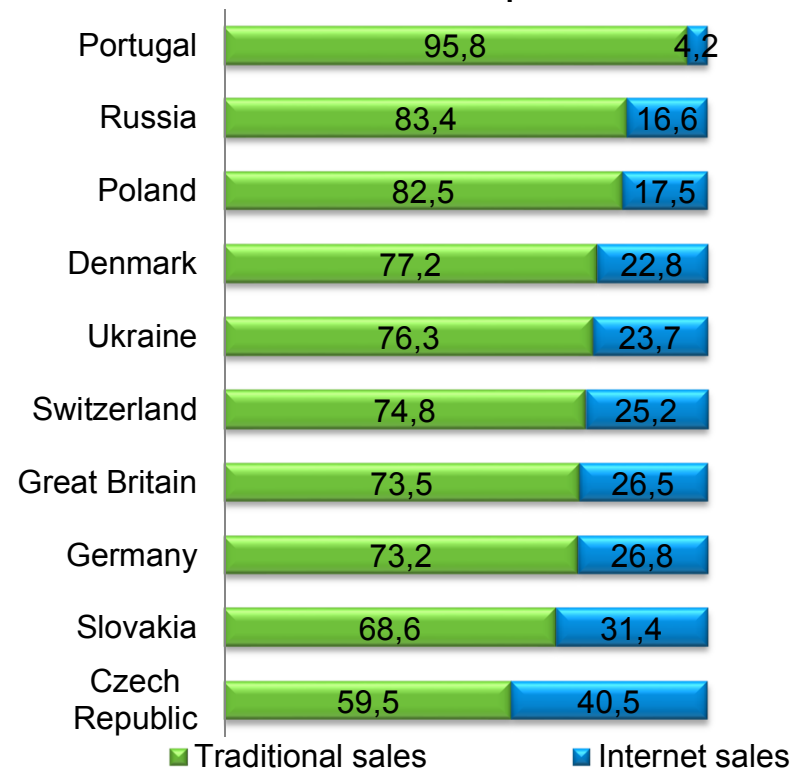


© GfK 2016 | iForum 2016 | April 2016

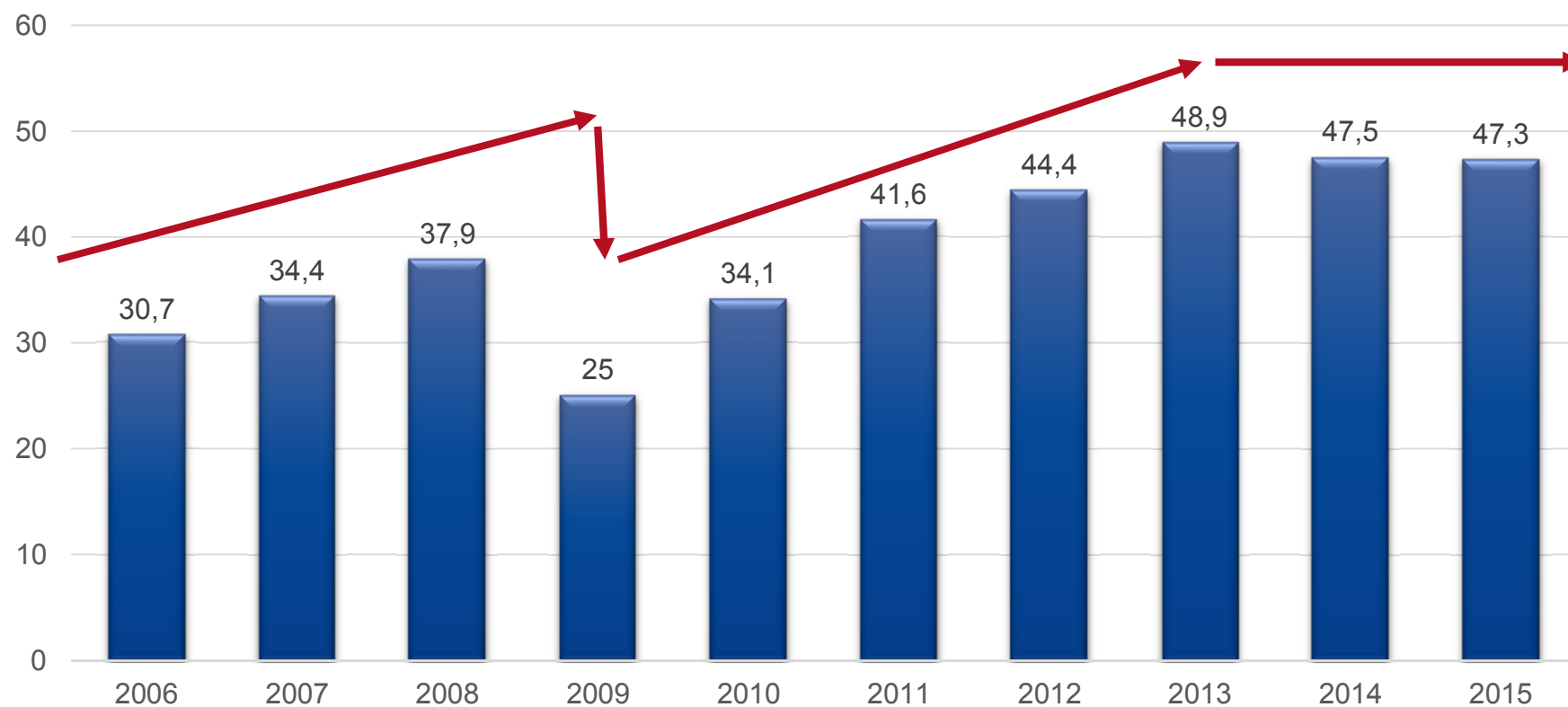
iFORUM2016



Доля интернет-продаж значительно различается по
странам



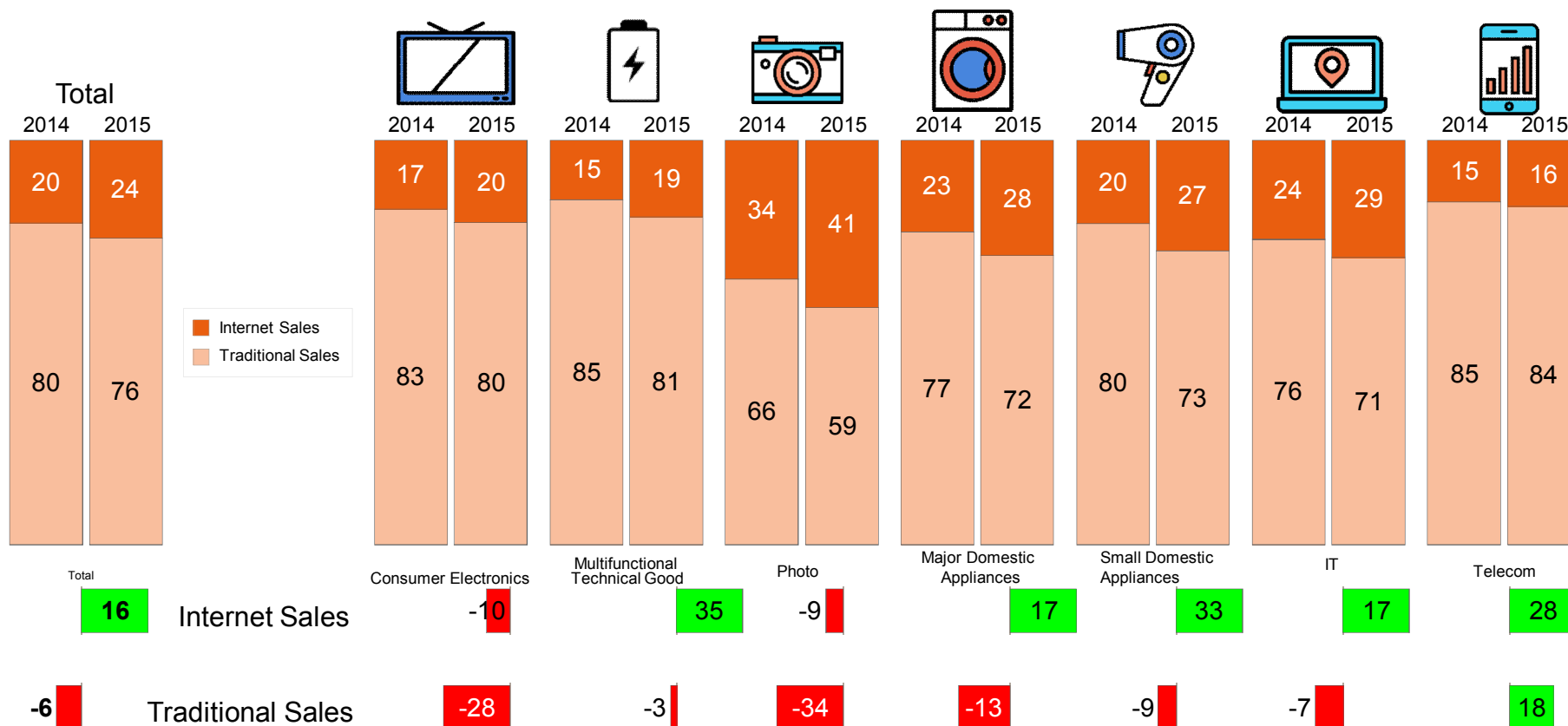
Объем * рынка БТиЭ в Украине: 3 года стагнации



Старт 2016:

- Доля интернета +1%;
- Оффлайн ритейл эффективен в Телекоме

iFORUM2016



© GfK 2016 | iForum 2016 | April 2016

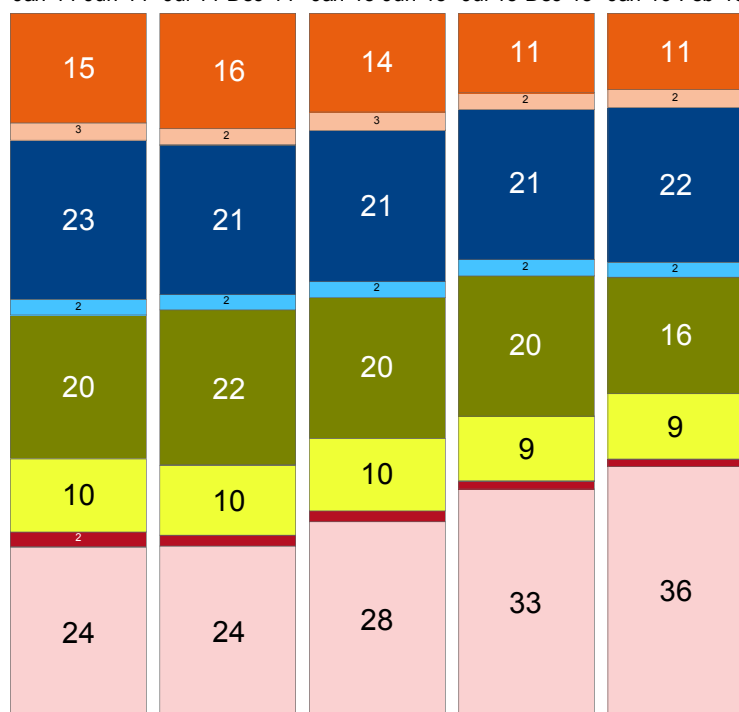
PRJ 127160 - RG 4477065 - RP 27496360 - ID 467397201

Портфель продаж в онлайне гораздо стабильнее рынка оффлайна

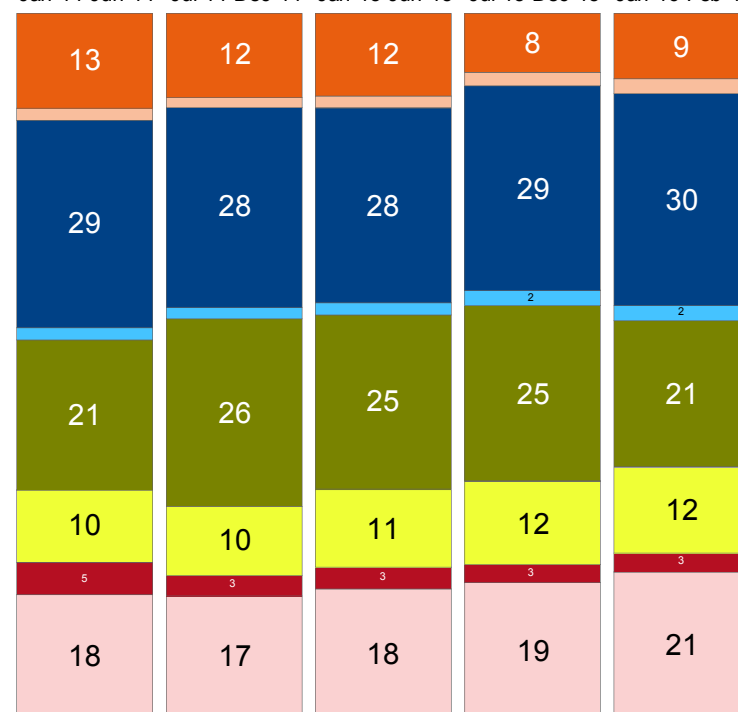
iFORUM2016



Traditional Sales
Jan 14-Jun 14 Jul 14-Dec 14 Jan 15-Jun 15 Jul 15-Dec 15 Jan 16-Feb 16



Internet Sales
Jan 14-Jun 14 Jul 14-Dec 14 Jan 15-Jun 15 Jul 15-Dec 15 Jan 16-Feb 16



© GfK 2016 | iForum 2016 | April 2016

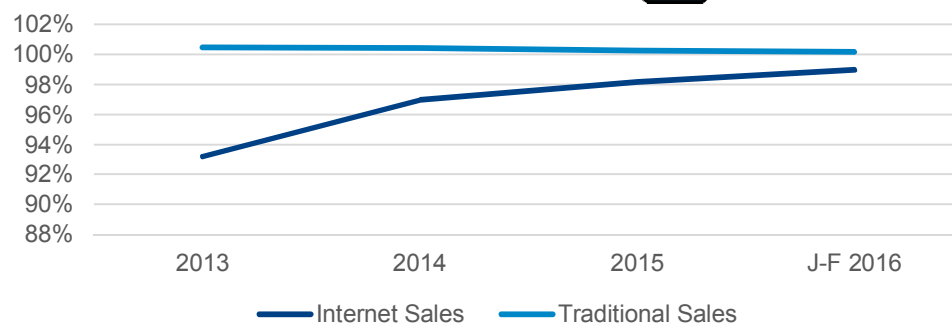
PRJ 127160 - RG 4477065 - RP 27832497 - ID 470330040

Ценовая конкуренция перестает быть важным преимуществом онлайн

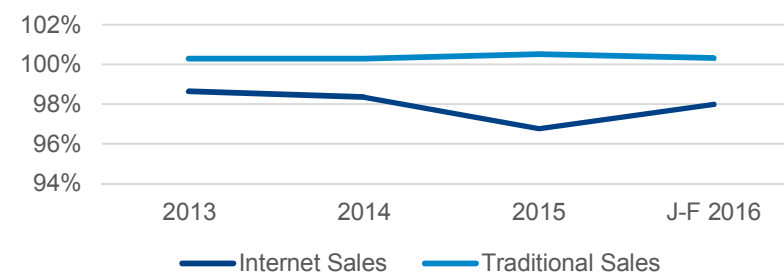
iFORUM2016



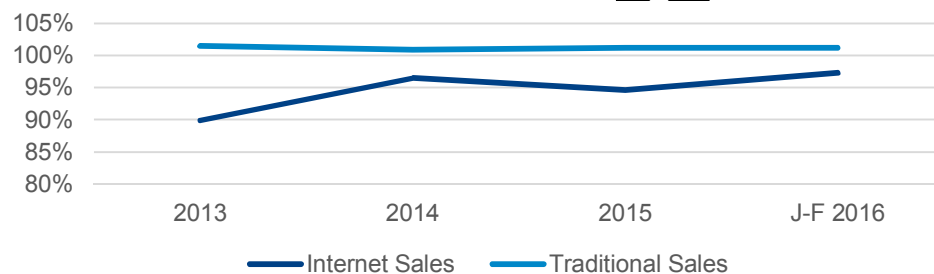
Смартфоны



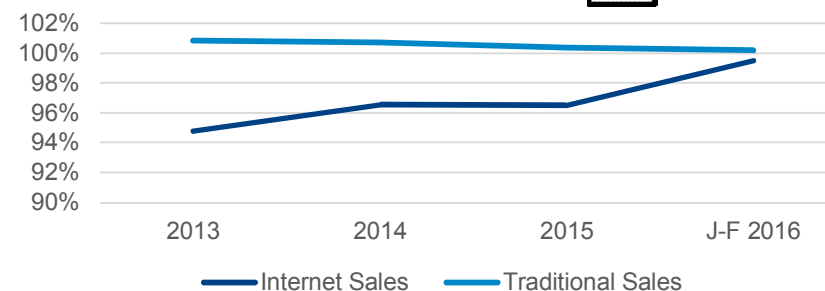
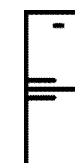
TB



Пылесосы



Холодильники

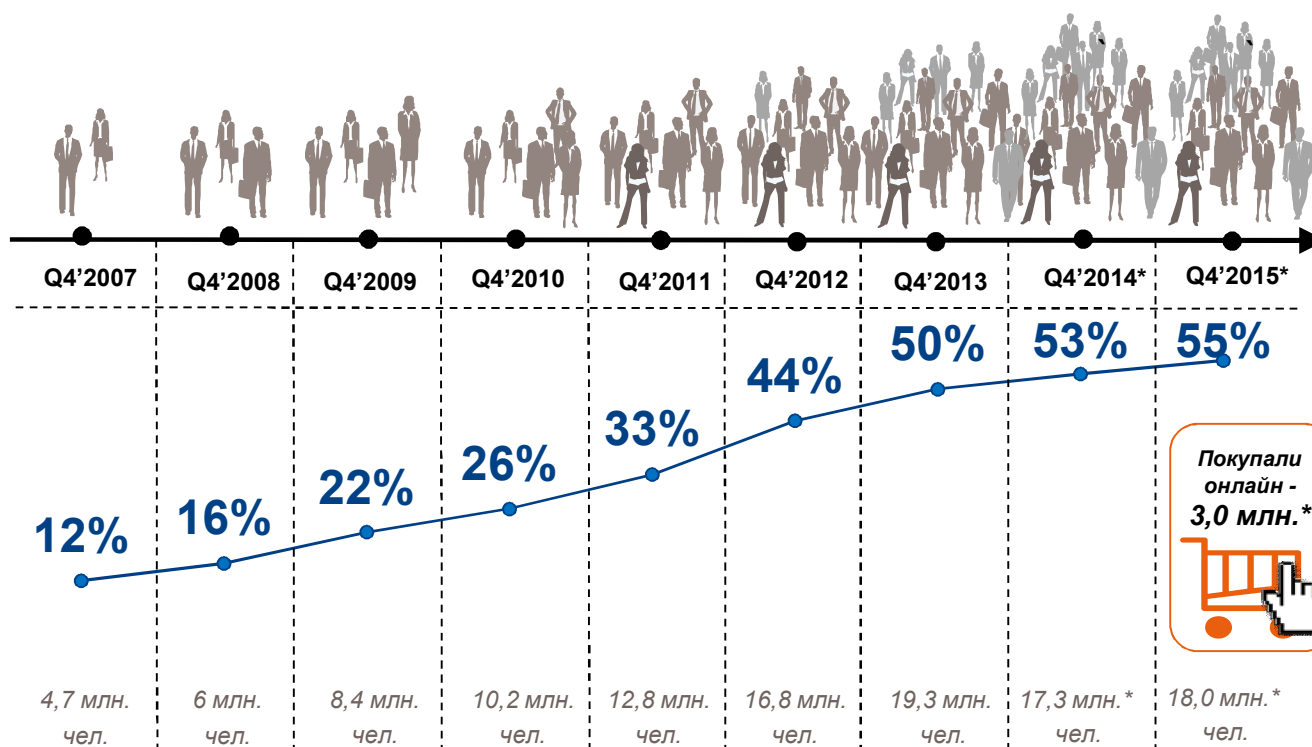


Количество постоянных интернет пользователей Украины*

iFORUM2016



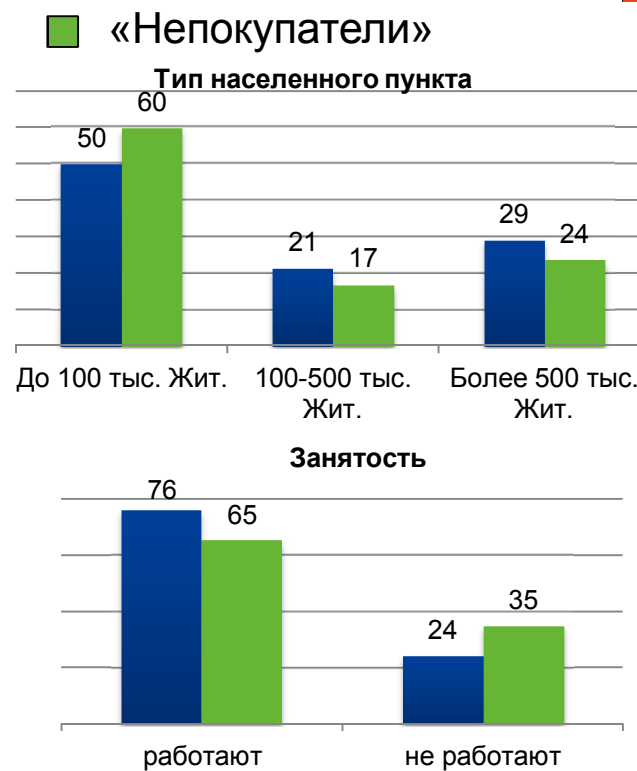
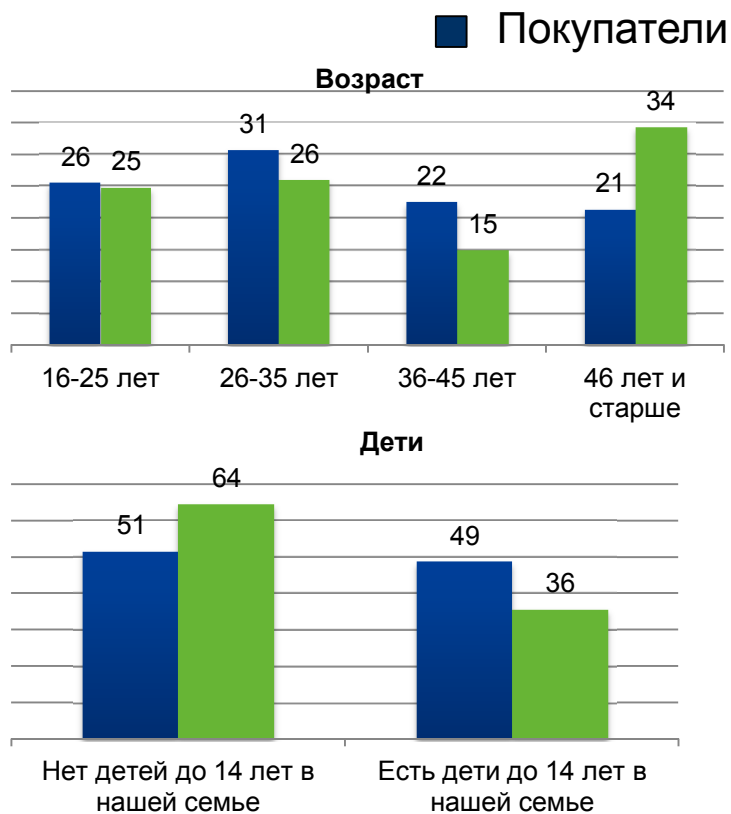
* За исключением Крыма и «зоны АТО»



Источник данных: Омнибус GfK Ukraine (ежемесячный опрос 1000 респондентов методом личного интервью на дому по аудитории населения Украины в возрасте 16 лет и старше)
© GfK 2016 | iForum 2016 | April 2016

«Интернет покупатели» vs. «непокупатели»

iFORUM 2016

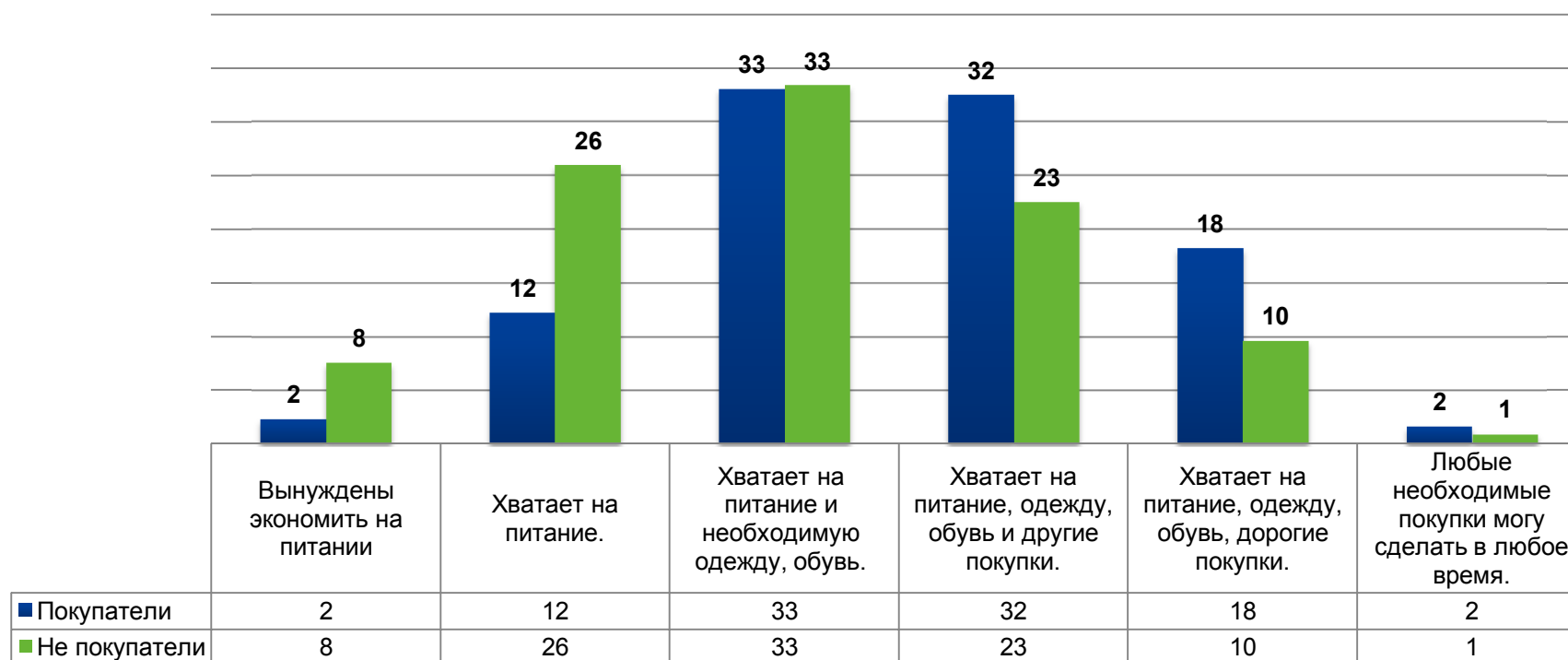


Источник данных: Исследование онлайн торговли Украины (ежегодный опрос 1000 Интернет пользователей по всей Украине методом онлайн интервью) Цветом закрашены значения, которые по соответствующей группе опрошенных статистически значимо выше за значение в другой группе опрошенных (уровень значимости 90%)
© GfK 2016 | iForum 2016 | April 2016

«Интернет покупатели» vs. «непокупатели»



Благосостояние



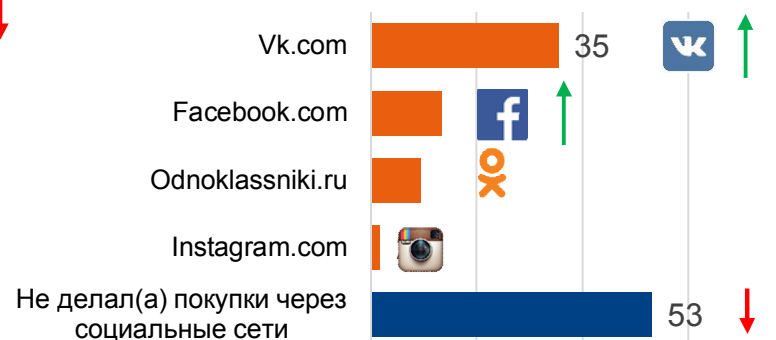
Источник данных: Исследование онлайн торговли Украины (ежегодный опрос 1000 Интернет пользователей по всей Украине методом онлайн интервью) Цветом закрашены значения, которые по соответствующей группе опрошенных статистически значимо выше за значение в другой группе опрошенных (уровень значимости 90%)
© GfK 2016 | iForum 2016 | April 2016

Совершение покупок в Интернет

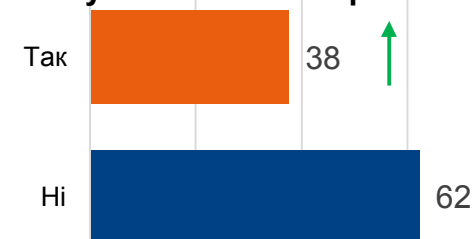
Какие категории товаров покупают в интернете, % ко всем покупателям в Интернет



Совершают покупки в Социальных сетях, % ко всем покупателям в Интернет



Совершают покупки на иностранных сайтах, % ко всем покупателям в Интернет



Источник данных: Исследование онлайн торговли Украины (ежегодный опрос 1000 Интернет пользователей по всей Украине методом онлайн интервью)
Стрелками обозначены статистически значимые изменения показателей по сравнению с предыдущей волной исследования - началом 2015 года (уровень значимости 90%)

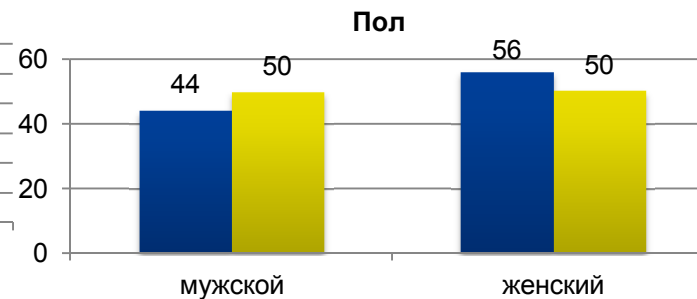
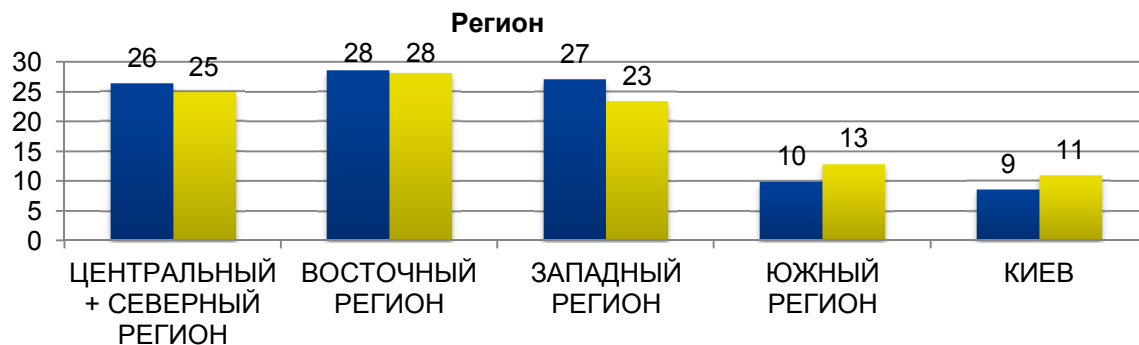
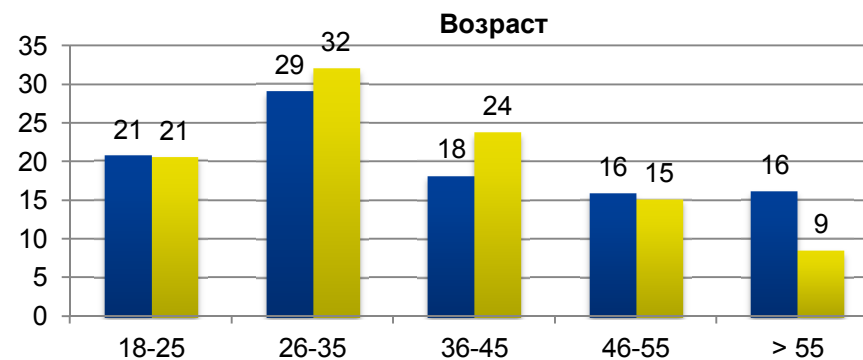
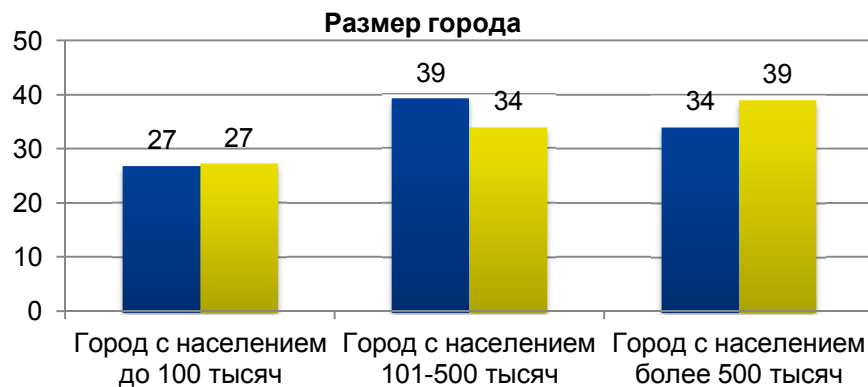
Бывшие Покупатели vs Потенциальные Покупатели, демография

iFORUM 2016



Бывшие Покупатели,
(Покупали в течение последних 2-х лет и не планируют
покупать в течение ближайших 12 месяцев), N = 280

Потенциальные покупатели
(Планируют покупать в течение ближайших 12
месяцев), N = 807





Положительный сценарий для рынка БТиЭ -- рост в гривне на несколько процентов



Смартфоны – основной драйвер рынка



Рост доли онлайн при прочих равных условиях. Ситуация может поменяться при изменении правил игры



Рости продаж через социальные сети и market places/classified



Снижение значимости БТиЭ в общем рынке e-commerce



Часть доли БТиЭ перейдет в одежду/обувь, аксессуары



Изменение портрета покупателя в БТиЭ и относительная стабильность в остальных сегментах

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

Андрей Осадчий, заместитель начальника отдела Point of Sales Tracking

andriy.osadchyy@gfk.com

www.gfk.ua | www.facebook.com/gfkua