



Пресреліз

«Чорна п'ятниця» 2021* – реальні знижки та раціональні покупці

13 грудня, 2021

Андрій Осадчий
Заступник керівника
відділу аудиту роздрібної
торгівлі непродовольчими
товарами
Т +38 (044) 230-0260
andriy.osadchyy@gfk.com

Київ, 13 грудня, 2021 – GfK Ukraine публікує результати дослідження продажів побутової техніки та електроніки в період розпродажів на «Чорну п'ятницю».

У 2021 році тиждень знижок на побутову техніку та електроніку припав на 22-28 листопада. Загалом обсяг продажів побутової техніки та електроніки склав понад 4 млрд грн.

Порівняно з «Чорною п'ятницею» минулого року** загальні продажі побутової техніки та електроніки у 2021 зросли на 13%. Зростання обсягу продажів у грошовому вимірі зумовлене зростанням цін, а не збільшенням кількості покупок – середня ціна техніки в період «Чорної п'ятниці» 2021 є вищою на 17%, ніж минулого року в аналогічний період.

Разом з тим слід зазначити, що зростання цін на техніку у 2021 році було поступовим – техніка ставала дорожчою протягом всього року, а не напередодні розпродажів.

	Тиждень "Чорної П'ятниці" 2020		Тиждень "Чорної П'ятниці" 2021	
	Продажі, тис., шт	Продажі, млрд., грн	Продажі, тис., шт	Продажі, млрд., грн
Загалом	613.43	4.35	589.76 ↓	4.92 ↑
Споживча електроніка	91.01	1.05	87.70 ↓	1.29 ↑
ІТ техніка	31.15	0.50	35.67 ↑	0.62 ↑
Велика побутова техніка	136.22	1.08	138.67 ↑	1.23 ↑
Мала побутова техніка	144.88	0.46	154.20 ↑	0.60 ↑
Телеком	192.03	1.26	156.75 ↓	1.17 ↓

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

Т + 38 (044) 230-0260

Management:
Факс: (044) 230-0262

gfk.com

Commercial register:
#23512435

«Чорна п'ятниця» 2021 в Україні – найпопулярніші категорії

Оскільки у грошовому вираженні зростання продажів зумовлене підвищенням цін, то показово буде розглянути продажі найпомітніших категорій техніки у натуральному вимірі.

Так, продажі **телевізорів** скоротилися на 4%, **смартфони** зазнали 23% падіння, продажі **пральних машин** зменшилися на 3 відсотки, а

продажі **холодильників** лишилися без змін (0%)**.

Разом з тим продажі **ноутбуків** зросли на 15%. Також зростання показали категорії дрібної побутової техніки**.

«Позитивний показник зростання продажів ІТ продуктів, а також значуще зростання продажів дрібної побутової техніки у штуках та грошовому вимірі свідчить про те, що споживачі продовжують пристосовувати свої оселі до карантинних обмежень», - коментує Андрій Осадчий, заступник керівника відділу аудиту роздрібної торгівлі непродовольчими товарами GfK Ukraine.

Також цікаво, що хітовий сегмент минулих років – **роботи-пилососи**, вочевидь досяг насиченості. Порівняно до торішньої «Чорної п'ятниці» роботи-пилососи зросли на менший відсоток, ніж звичайні пилососи.



Раціональний підхід до покупок

Для «Чорної п'ятниці» 2021 характерною є раціональна поведінка споживачів – покупці збирають пропозиції до «Чорної п'ятниці», відстежують промо та призупиняють купівлі, очікуючи знижок.

Це особливо помітно для дорогих товарів, наприклад, телевізорів. Основна частка зростання категорії припадає на преміальні моделі із більшою діагоналлю, як наслідок продажі впродовж тижня «Чорної п'ятниці» вище за продажі попереднього тижня на 520%.

Загалом продажі на ринку побутової техніки та електроніки протягом тижня «Чорної п'ятниці» в грошовому вимірі вищі за продажі попереднього тижня на 220%.

Андрій Осадчий, заступник керівника відділу аудиту роздрібної торгівлі непродовольчими товарами GfK Ukraine: *«Разом із відкладеним попитом через раціональне ставлення до покупок відбувається збільшення середнього чека. Споживачі не лише чекають на знижки під час сезону розпродажів, вони також готові придбати більш преміальну та дорожчу техніку за привабливою акційною ціною. Це справедливо не лише для категорій телевізорів, а й, наприклад, для смартфонів та кавоварок».*

Разом з тим, на ринку великої побутової техніки поведінка споживачів характеризується придбанням обраних товарів за акційною ціною, не прагнучи до більш преміальних моделей. Середній цінник на **пральні та посудомийні машини** лишається незмінним на тижні Чорної п'ятниці, отже споживачі купують ті самі сегменти техніки за нижчою ціною.

Знижки на «Чорну п'яницю» 2021

Попри загальне зростання цін у 2021 році, ми відзначаємо реальні промо активності у роздрібних продавців та виробників техніки. Так, наприклад, 45% обороту телевізорів здійснено за промо цінами під час «Чорної п'ятниці».

Онлайн та офлайн продажі на «Чорну п'ятницю» 2021

Згідно з даними про роздрібні продажі побутової техніки та електроніки GfK Ukraine, загальна частка онлайн у 2021 році не змінилася в порівнянні з попереднім 2020 роком. Така ж динаміка спостерігається і для продажів під час розпродажів «Чорної п'ятниці». Такий розподіл показує, що українці визначилися із осередком своїх покупок, враховуючи карантинні обмеження.

Під час розпродажів «Чорної п'ятниці» у 2021 році українці віддавали перевагу онлайн купівлі таких товарів:

- електробритви/тримери
- ноутбуки
- смартфони

Офлайн магазинам під час «Чорної п'ятниці» надавали перевагу покупці таких категорій товарів:

- телевізори
- холодильники
- пральні машини

Загалом «Чорна п'ятниця»* в Україні продовжує бути найпопулярнішим періодом розпродажів. Цьогорічний тиждень Чорної п'ятниці відзначився раціональним підходом споживачів до покупок, незмінною часткою онлайн продажів, загальним падінням продажів у штуках.



* Тиждень «Чорної п'ятниці» – 22 листопада – 28 листопада 2021 року (47 тиждень)

** Порівнюємо дані тижня «Чорної п'ятниці» 2020 та тижня «Чорної п'ятниці» 2021

Про дослідження

Тижнева панель GfK Ukraine Point of Sales Tracking – панель найбільших роздрібних продавців ринку побутової техніки та електроніки, сукупний оборот яких складає 2/3 ринку техніки України.

Контакти: Т +38 (044) 230-0260, pr.ukraine@gfk.com

GfK. Growth from Knowledge.

Понад 85 років клієнти з усього світу довіряють нам, тому, що ми допомагаємо їм у процесі прийняття рішень щодо споживачів, ринків, брендів та медіа. Надійні аналітичні дані, а також розширені можливості штучного інтелекту революціонізували доступ до інсайтів у режимі реального часу, що сприяє дієвості маркетингу, продажів та ефективності організації наших клієнтів та партнерів. Таким чином ми обіцяємо та пропонуємо «Зростання завдяки знанням».

Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш вебсайт: gfk.com