

Т. Б. Сметанюк,
аспірант кафедри маркетингу,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

МАРКЕТИНГОВИЙ МОНИТОРИНГ ТЕНДЕНЦІЙ І ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ УКРАЇНИ

АНОТАЦІЯ. У статті здійснено апробацію теоретичних напрацювань у моніторинговому маркетинговому дослідженні ринку побутової техніки.
КЛЮЧОВІ СЛОВА: моніторинг, ринок, маркетинг, інформаційно-аналітичне забезпечення, розвиток підприємства.

АННОТАЦИЯ. В статье осуществлена апробация теоретических разработок в мониторинговом маркетинговом исследовании рынка бытовой техники.
КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: мониторинг, рынок, маркетинг, информационно-аналитическое обеспечение, развитие предприятия.

ANNOTATION. In the article approbation of theoretical works is carried out in monitoring marketing research (domestic technique).
KEYWORDS: monitoring, market, marketing, information and analytical providing, development of enterprise.

Постановка проблеми. У сучасному світі відбуваються глобальні зміни в системі суспільного виробництва. Здійснюється перехід від виробництва масового споживання до диверсифікованого споживання. Сучасні технології, і особливо інформація, дають можливість виробляти невеликі партії багатоваріантної продукції для задоволення різноманітних смаків споживачів. Необхідною умовою існування підприємства стають постійні інновації та зміни. Посилюється внутрішня нестабільність функціонування виробничо-комерційних систем.

Сучасні економічні реалії свідчать, що існуючі тенденції у напрямі постійних інновацій, внутрішньої гнучкості й відмови від штампів у роботі підприємства несуть у собі значний деструктивний потенціал. Постійне оновлення підприємства генерує високу внутрішню нестабільність, звужує можливість роботи єдиною командою. Серед практиків господарювання поширена точка зору, відповідно до якої сформовані плани через нестабільне маркетингове середовище слід постійно корегувати. Такі плани втрачають актуальність ще на етапі завершення їх розробки.

За цих умов, серед багатьох проблем української економіки особливої актуальності набуває слабка розробленість теоретичних і прикладних підходів гнучкого інтерактивного моніторингу для формування маркетингових планів суб'єктів господарювання [1—3].

Постановка цілі. Метою статті є апробація теоретичних напрацювань у моніторинговому маркетинговому дослідженні ринку побутової техніки.

Результати дослідження. Ринок побутової техніки в Україні за останні роки став не просто конкурентоздатним, але й стабільним у всіх відносинах. Ціни на побутову техніку знижуються в доларовому еквіваленті вже з 2009 року й це є проявом здорової конкуренції.

Динаміка обсягу ринку побутової техніки та електроніки у 2010—2012 роках по кварталам та темпи її приросту до попереднього періоду представлені у табл. 1. Як свідчать представлені дані, на ринку побутової техніки та електроніки спостерігається чітко виражена сезонність — збільшення попиту у III—IV кварталах та зниження попиту у I—II кварталах. Так, обсяг ринку побутової техніки та електроніки становив у I кварталі 2010 року 7,15 млрд грн. У II кварталі 2010 року спостерігається зменшення ринку до 6,41 млрд грн (на 10,3 %). Потім у III кварталі 2010 року ринок збільшується до 8,76 млрд грн (на 36,7 %), у IV кварталі 2010 року продовжується збільшення ринку (до 11,75 млрд грн або на 34,1 %). У I кварталі 2011 року ринок побутової техніки та електроніки зменшився до 9,92 млрд грн (на 15,6 % в порівнянні з IV кварталом 2010 року). У II кварталі 2011 року ринок зменшується до 8,48 млрд грн (на 14,5 %). Значне збільшення ринку побутової техніки та електроніки спостерігалось в III кварталі 2011 року — на 36,1 % до 11,54 млрд грн. У IV кварталі 2011 року обсяг ринку побутової техніки та електроніки становив 13,3 млрд грн, що на 15,3 % більше, ніж у попередньому кварталі [4, 5].

Таблиця 1

**ДИНАМІКА РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ ТА ЕЛЕКТРОНІКИ
У 2010—2012 роках по кварталам, млрд грн**

Квартал	Обсяг ринку, млрд грн	Темп приросту, %
I кв. 2010	7,15	0
II кв. 2010	6,41	-10,3
III кв. 2010	8,76	36,7

Закінчення табл. 1

Квартал	Обсяг ринку, млрд грн	Темп приросту, %
IV кв. 2010	11,75	34,1
I кв. 2011	9,92	-15,6
II кв. 2011	8,48	-14,5
III кв. 2011	11,54	36,1
IV кв. 2011	13,3	15,3
I кв. 2012	9,58	-28,0
II кв. 2012	8,7	-9,2
III кв. 2012	11,48	32,0
IV кв. 2012	14,68	27,9

Початок 2012 року на ринку побутової техніки та електроніки відзначився негативними показниками — спостерігалось зменшення на рівні 28 % у порівнянні з IV кварталом 2011 року. Всього продукції цього ринку споживачі України придбали на суму 9,6 млрд грн. Лише два сектори не дали впасти продажам ще нижче: фоторинок та інформаційні технології. Ці два ринки проявляли найвищі темпи росту на протязі останніх періодів і у II кварталі 2012 року виростили на 8 % (фоторинок) і 20 % (інформаційні технології). Сектори великої та малої побутової техніки відчули майже однакове скорочення: 10 % і 13 % відповідно.

Долі продаж по видам продукції на ринку побутової техніки та електроніки у I кварталі 2012 року представлені на рис. 1. Помірного (зважаючи на особливості I кварталу 2012 року) спаду зазнали стабільні сектори: телекомунікаційного та офісного обладнання — 7 % і 3 % відповідно. Незважаючи на це, ринок телекомунікаційної продукції залишається другим по об'єму із часткою 19 %.

Ситуація, що склалась на ринку побутової техніки та електроніки, є, у тому числі, результатом впливу економічних факторів на споживчі настрої громадян України. Динаміка ринку побутової техніки та електроніки по групам продукції у I кварталі 2012 року представлена на рис. 2.

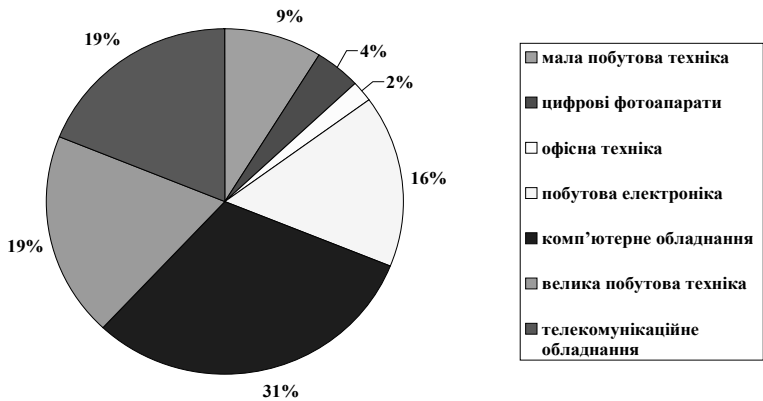


Рис. 1. Частки продаж по видах електроніки та побутової техніки у 2012 р.

У другому кварталі 2012 року на ринку електроніки та побутової техніки спостерігався спад до 8,7 млрд грн (на 14,5 % у порівнянні з I кварталом 2012 року). Обсяг реалізації побутової техніки та електроніки у II кварталі 2012 року на 2,6 % був більший за обсяг реалізації у II кварталі 2011 року.

У III кварталі 2012 року на ринку побутової техніки найстабільнішим був сектор малої побутової техніки із помірним зростанням у 3 %. Чи не найбільший сектор — велика побутова техніка, що займає майже чверть всього ринку, демонструвала скорочення продажів на 4 %. Сектор побутової електроніки продовжує падати (–4 %), хоча в останньому місяці кварталу вийшов на позитивну динаміку. Через поступове насичення ринку дзеркальними камерами, продажі в секторі фототоварів у третьому кварталі зменшилися на 5 % [4, 5].

У IV кварталі 2012 року ринок побутової техніки та електроніки становив 14,7 млрд грн, що на 10 % вище за показник аналогічного кварталу 2011 року. Незважаючи на невисокі обсяги продажів телевізорів на початку року, в цілому сектор споживчої електроніки показав найбільше зростання у цьому кварталі — 22 %. Сектори побутової техніки, і великий, і малий, зросли на 12 % і 13 % відповідно. ІТ-сектор зберіг провідну позицію при помірних темпах зростання (на 4 %). Такий же показник і в фоторинку. На відміну від попередніх кварталів 2012 року, в четвертому кварталі негативну динаміку продемонстрував лише один сектор — офісна техніка, продажі якої скоротилися на 10 %. Продажі ринку телекомунікаційного обладнання збільшилися на 9 %.

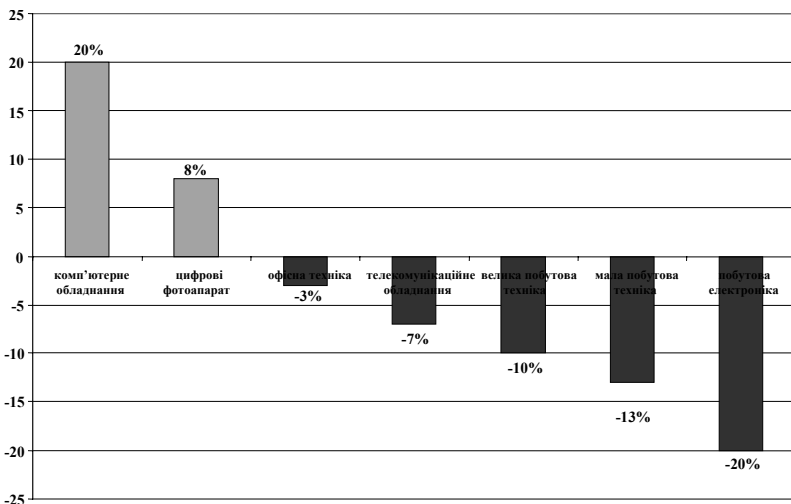


Рис. 2. Динаміка ринку електро- та побутової техніки у I кв. 2012 р.

Загальну динаміку ринку побутової техніки та електроніки у 2010–2012 роках представлено на рис. 3. Як свідчать представлені дані, обсяг ринку побутової техніки та електроніки становив у 2010 році 34,07 млрд грн. У 2011 році ринок побутової техніки та електроніки зростає на 26,9 % і становить 43,24 млрд грн. У цілому, у 2012 році обсяг продажів на ринку побутової техніки та електроніки в Україні зріс порівняно з 2011 роком на 2,8 % і становив 44,44 млрд грн [6].

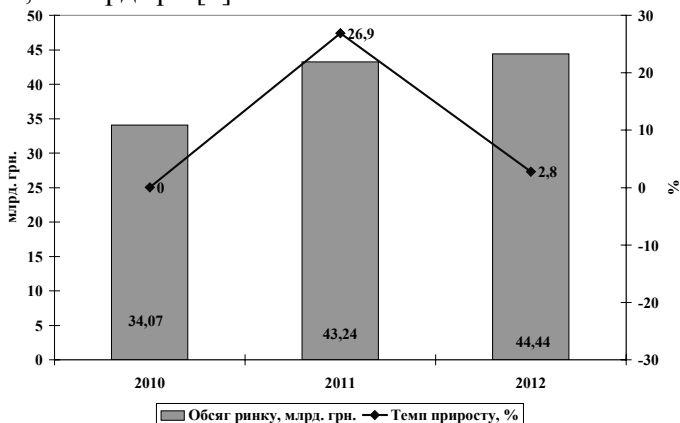


Рис. 3. Загальна динаміка ринку побутової техніки та електроніки у 2010—2012 роках, млрд грн

Двома основними драйверами періоду стали сектор ІТ, що показав зростання обсягів продажів на 6,6 % — до майже 12,7 млрд грн, і сектор телекомунікаційного обладнання — зростання обсягу продажів на 2,6 % (понад 8,2 млрд грн).

Таким чином, згідно з дослідженням, ринок побутової техніки та електроніки у 2012 році характеризувався протилежними тенденціями в першому і другому півріччі: відповідно спостерігалося падіння на 1 % і зростання на 5 %.

Висновки. У вже опублікованих працях відмічалось, що в сучасній економіці частка на ринку захоплюється і утримується тими, хто може отримати перевагу майстернішим маневруванням у конкурентній боротьбі, зрозумівши потреби покупців і перевищивши цю проникливість у передові стратегії. Для цього корисним виявляється багатоступінчастий підхід до моніторингу підсистем маркетингу на основі багатобачного сегментування, який сполучає нові стратегічні важелі з існуючою найкращою практикою на базі концепції мета-ринків. Погляд на покупців з позицій концепції мета-ринків передбачає гармонійне поєднання дворівневої сегментації ринків за просторовими параметрами, а також поведінковими.

Апробація теоретичних напрацювань у маркетинговому дослідженні ринку побутової техніки засвідчила можливість інформаційного забезпечення всіх етапів і аналітичних блоків комплексного стратегічного моніторингу, розроблених або вдосконалених автором.

Література

1. *Ратушний Ю.М.* Формування системи стратегічного моніторингу середовища функціонування організації (на матеріалах гірничо-збагачувальних підприємств Кривбасу): 08.06.01 / Ю.М.Ратушний. — К.: КНЕУ, 2002. — 184 с.
2. *Амосов Н.М.* Моделирование сложных систем / Н.М. Амосов. — К.: Наук. думка, 1968. — 88 с.
3. *Акофф Р.* О целеустремленных системах / Р. Акофф, Ф. Эмери. — М.: Сов. радио, 1974. — 272 с.
4. Ринок побутової техніки та електроніки в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.business.ua/analytics/41966/>.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua/

6. Продажі на ринку побутової техніки та електроніки в Україні за 2012 рік виросли до 44,4 млрд грн [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://economics.unian.net/ukr/news/157762-prodaji-na-rinku-pobu-tovoji-tehniki-ta-elektroniki-v-ukrajini-za-2012-rik-virosli-do-444-mlrd-grn.html>

7. Огляд споживчого ринку за 2010–2012 рр. міжнародної аналітичної компанії DT-Global Business Consulting GmbH and CEEMEA Business Group research.

Стаття надійшла до редакції 24.05.2012