

КОНКУРЕНТНА СТРУКТУРА РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ ТА ЕЛЕКТРОНІКИ УКРАЇНИ

АНОТАЦІЯ. Сьогоднішній ринок роздрібної торгівлі електропобутової техніки та електроніки в Україні з погляду конкурентної боротьби між окремими торговцями є олігополією. У статті досліджено конкуренцію на даному ринку та визначено його конкурентну структуру.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: конкурентна структура ринку, побутова техніка, торговельні мережі, інтернет магазини.

АННОТАЦИЯ. Сегодняшний рынок розничной торговли электробытовой техникой и электроникой в Украине с точки зрения конкурентной борьбы между отдельными торговцами является олигополией. В статье исследована конкуренция на данном рынке и определена его конкурентная структура.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: конкурентная структура рынка, бытовая техника, торговые сети, интернет магазины.

ANNOTATION. A today's market of retail business of electrical technique and electronics in Ukraine from the point of view of competitive activity between separate merchants is an oligopoly. In the article an investigational competition is at this market and certain him competition structure.

KEYWORDS: competition structure of market, domestic technique, trade networks, internet shops.

Постановка проблеми. Уже кілька десятиліть поспіль людство не уявляє своє життя без досягнень цивілізації. Плоди науково-технічного прогресу увійшли в наше повсякденне життя і стали його невід'ємною частиною. За останні кілька років ринок побутової техніки в Україні виріс, щонайменше, в п'ять разів. Сама ж техніка стала дешевшою і доступнішою для звичайного пересічного українця.

Основною проблемою для виробників і торгових посередників на ринку побутової техніки та електроніки України є боротьба за споживача, тому оволодіння маркетинговим інструментарієм є основою їх успішної діяльності. Першим етапом маркетингової діяльності підприємства є здійснення маркетингового аналізу ринку та визначення його конкурентної структури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкуренція — це суперництво між підприємствами ринку за найвигіднішими умовами виробництва і продажу товарів, за кращі ринкові позиції і вищу ринкову частку. Найвідомішим класиком-дослідником кон-

куренції і конкурентної структури ринку є Майкл Портер. Його модель конкурентних сил ринку застосовується для комплексного аналізу конкуренції на цьому ринку і представляє собою основний інструмент структурного аналізу ринку [1].

Ціль статті — дослідити конкуренцію на ринку побутової техніки і електроніки України та визначити його конкурентну структуру.

Виклад основного матеріалу. Нині в Україні функціонує чотири найбільші мережі супермаркетів побутової техніки та електроніки, товарообіг яких складає близько 23 % товарообігу ринку України в цілому. За першість на ринку змагаються дві мережі — Comfy та Фокстрот, друге та третє місце ділять мережі Ельдорадо та Технополіс (рис. 1).

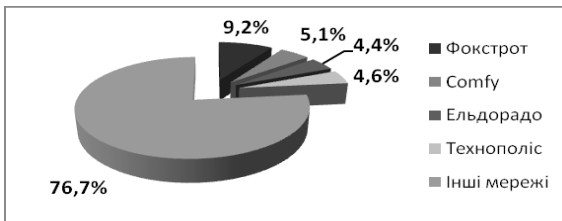


Рис. 1. Конкурентна структура ринку побутової техніки та електроніки України у вересні 2011

Також існує багато другорядних гравців на ринку побутової техніки та електроніки, такі як FoxMart, Техноярмарок, Техношара та ін. В липні 2011 року збанкрутіла та закрилася відома велика мережа супермаркетів побутової техніки та електроніки МегаМакс.

Сукупні доходи українців зростають: за офіційними даними середня місячна заробітна платня киян складає приблизно 4 000 грн, ринок роздрібною торгівлі електропобутовою технікою в Києві та Україні теж на місці не стоїть, постійно розширюється [2]. Вже багато років на ринку побутової техніки і електроніки відбувається і посилюється боротьба за покупця. З'являються і дрібні, і великі торговельні мережі, що спеціалізуються на продажу такої техніки. Росте попит — росте й пропозиція.

Якщо розглядати роздрібний магазин як торгову марку, то рівень його продажу розподіляється приблизно таким чином:

— клубні покупці — 30—35 % — покупці, що є постійними покупцями даного магазину та робитимуть там покупки, незважаючи навіть на цінову конкуренцію;

— разові покупці — 60—65 % — покупці, що не є прибічниками конкретного магазину, а шукають, де можна купити потрібний їм товар дешевше.

Ласим шматочком для усіх торговельних мереж є саме разові покупці, бо за рахунок них відбувається зростання обороту кожної торгової точки. Та все одно, для торговельних мереж важливо вживати заходів для того, щоб разові покупці переходили в категорію клубних. Адже саме клубні покупці є носіями реклами «з вуст до вуст», та саме вони підтримують магазин у скрутні економічні моменти (наприклад у так званий «мертвий сезон»). Покупців, які роблять повторну покупку, або приводять до магазину своїх друзів та родичів зазвичай додатково стимулюють знижками, клубними дисконтними картками, листівками до свят тощо.

На ринку побутової техніки та електроніки останнім часом з'являються нові конкуренти з Інтернету. Інтернет-магазини в Україні з'явилися не так давно, а вже встигли стати досить популярними, особливо серед молоді. Дуже зручно купувати через інтернет, звісно ж, якщо у покупця є вільний доступ до всесвітньої мережі. Зайшов в мережу, ввів потрібну адресу, відкрив каталог і вибираєш потрібну тобі техніку (повна технічна характеристика обов'язково додається). Асортимент в Інтернет-магазинах абсолютно такий самий, як і в звичайних, а от ціни відсотків на десять нижчі. Такі низькі ціни зумовлені повною відсутністю торговельних площ. Магазины віртуальні — за оренду платити не треба. Товар доставляють прямо до дому на протязі доби у зручний для покупця час. Але і серед Інтернет-магазинів конкуренція велика, вони теж за покупців змагаються. Яскравими представниками інтернет-магазинів побутової техніки та електроніки є такі віртуальні магазини, як www.fotos.ua, www.rozetka.ua, www.tehnotrade.com.ua та багато інших.

Побутова техніка в Україні стане ще доступнішою з приходом у країну європейських мереж. Та очікуваний аналітиками у наступному році вихід на столичний ринок ряду європейських мереж із продажу побутової техніки може серйозно підкосити позиції його нинішніх учасників. На думку експертів, прихід західних конкурентів буде супроводжуватися зниженням ними націнок на товари і навіть відвертим демпінгом протягом тривалого часу. Для того, щоб витримати таку серйозну конкуренцію з боку іноземних конкурентів, треба впевнено стояти на ногах, бо якщо у місцевих компаній не вистачить фінансових засобів, на них очікує або втрата ринкової частки, або повне поглинання іноземними конкурентами.

Однією з причин масової експансії західних мереж є досить слабка насиченість регіону спеціалізованими магазинами. У той же час аналітики сходяться на думці, що якщо місцеві компанії не розроблять концепцію захисту від експансії, то з приходом європейських мереж вони можуть утратити свої ринкові частки.

В Україні існує асоціація підприємств побутової техніки та електроніки (АППТЕ), яка заснована ще у 2007 році. АППТЕ об'єднує вітчизняних виробників, імпортерів-експортерів, відомі роздрібні мережі з продажу побутової техніки та електроніки, представництва іноземних компаній в Україні.




Мета АППТЕ — консолідація зусиль учасників Асоціації для вирішення проблем їх професійної діяльності, шляхом реалізації комплексу правових, економічних, технічних і організаційних заходів.

АППТЕ входить до складу Української торгово-промислової конфедерації. Українська торгово-промислова конфедерація координує діяльність своїх учасників, представляє їх інтереси в органах державної влади, сприяє досягненню ними вагомих економічних результатів у бізнес-діяльності [3].

До Асоціація підприємств побутової техніки й електроніки входять компанії, деякі із них відтворено в табл. 1.

Таблиця 1

**ЧЛЕНИ АСОЦІАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ
ТА ЕЛЕКТРОНІКИ**

Логотип	Інформація про компанію
	<p>«Технополіс» — національна мережа магазинів аудіо, відео, побутової техніки та електроніки, яка спеціалізується з продажу всіх груп аудіо, відео, побутової, комп'ютерної техніки й електроніки, а також супутніх товарів</p>
	<p>Група компаній «ФОКСТРОТ» — одна з найбільших комерційних структур у секторі рітейлу побутової техніки та електроніки України, що стабільно працює в економічному просторі країни й активно впливає на розвиток громадянського суспільства в державі</p>
	<p>«Електрон» — марка вітчизняного телевізора, яка з 1957 року ввійшла в історію телевізійного виробництва як одна з найбільш масових і популярних. Протягом десятиліть «Електрони» були зразком застосування найпередовіших технічних і технологічних новацій</p>

Логотип	Інформація про компанію
	<p>«Ельдорадо» — мережа супермаркетів побутової техніки. Компанія «Ельдорадо» була заснована у 1994 році, на сьогоднішній день є одним з лідерів українського ринку побутової, аудіо-, відео-, цифрової та комп'ютерної техніки</p>
	<p>Історія мережі магазинів «АББ-Техніка» розпочалась з того, що у 1996 році в місті Дніпропетровськ відкрився магазин товарів аудіо, відео, побутової техніки</p>
	<p>Холдингу Saturn 13 років. Компанія має завод з виготовлення пральних машин у Каневі, представництва в Чехії, Росії, клієнтів в Білорусії та Молдавії. Saturn—постачальник побутової техніки, сільгосп-, мототехніки, інструментів Defiant, Уралелектро, посуду Laretti, автомобілів Groz, а також є дилером YamahaElectricCo</p>
	<p>Торгова марка «Rainford» створює надійну побутову техніку для сучасних людей. Продукція торгової марки «Rainford» завоювала довіру споживачів завдяки надійності, багатофункціональності, сучасному дизайну та помірній ціні</p>
	<p>«Мобілочка» — національна мережа салонів мобільного зв'язку, входить до складу холдингу Mobile Synergy group, спеціалізується на роздрібному продажу мобільних телефонів, ноутбуків, нетбуків, аксесуарів і послуг національних операторів мобільного зв'язку</p>
	<p>COMFY — одна з найбільших мереж магазинів побутової техніки та електроніки в Україні. Магазини COMFY відрізняються єдиним форматом, що відповідає стандартам ритейлерів міжнародного рівня. Формат COMFY — це простора площа магазину, зрозуміле розташування товарів, зручна навігація в середині магазину, високі стандарти обслуговування клієнтів, а також наявність тематичних зон</p>
	<p>«Світ електроніки — Vicotec» — мережа магазинів побутової техніки</p>
	<p>Компанія Golder Electronics працює на російському ринку з 1993 року. Головний напрямок діяльності — продаж та обслуговування малої побутової та аудіо-відео техніки. У портфелі компанії — бренди Vitek, Rondell, Maxwell, Coolfort.</p>

Логотип	Інформація про компанію
	<p>Maxwell — якісна, безпечна і надійна побутова техніка за доступною ціною. Неповторний індивідуальний дизайн, оригінальні технічні рішення, зручні та якісні аксесуари — характерні особливості техніки Maxwell</p>
	<p>Röndell — професійний посуд для приготування їжі від визнаного експерта — компанії Röndell GmbH (Німеччина). Сучасні технології, вишуканий дизайн і широкий асортимент роблять посуд Röndell виключно привабливим для всіх, хто бажає та вміє готувати</p>
	<p>Vitek — побутова техніка і електроніка, яка поєднує в собі новітні технології в області конструювання та виробництва, європейська якість і надійність з унікальним дизайном, власним стилем та вигідною ціною</p>
	<p>VIMAR — побутова техніка для повсякденного життя. Принцип ТМ VIMAR — гармонійне поєднання стильного дизайну, високої якості та доступної ціни</p>
	<p>ТОВ «НІКА ПЛАСТ» розпочало свою діяльність у 2006 році, займається гуртовою торгівлею побутовою технікою і є представником торговельних марок KUMTEL і LUXEL в Україні</p>
	<p>Завод «Електропобутприлад» відомий на території України своєю продукцією для повсякденного життя (електричні м'ясорубки, кавомолки, соковитискачі)</p>
	<p>ТОВ «ПРОФІ-ТРЕЙД» розпочало свою діяльність на початку 2009 року, займається оптовою торгівлею електропобутовими приладами, радіотелевізійною апаратурою, засобами звуко-відеозапису різних торговельних марок, серед яких — всесвітньовідомі DEX і ВВК</p>

Сучасний споживчий ринок побутової техніки в Україні характеризується великою розмаїтістю моделей в основному імпоротної техніки. Традиційними лідерами — імпортерами є: Білорусь, Туреччина, Польща, Італія, Німеччина, Словенія, Росія.

У даний час виготовлення складних виробів побутової домашньої техніки в Україні, за винятком холодильників, морозильників і газових плит, перебуває у незадовільному стані.

Виробництво такої продукції, як автоматичні пральні машини, пилососи, кондиціонери, водонагрівачі, посудомийні машини здійснюється у невеликих кількостях на окремих підприємствах мето-

дом складання з машинокомплектів, які поставляються виробниками Європи та Азії.

Практично повна іноземна монополія на ринку, за винятком побутових холодильників, морозильників і кухонних газових плит, явище далі неприйнятне, з огляду на високий промисловий та інтелектуальний потенціал України, стратегічні завдання держави по сталому розвитку економіки в умовах підвищення світової конкуренції, створенню нових робочих місць, підвищенню матеріального добробуту населення України.

Багато холодильників, плит і пральних машин представляє Merloni. За словами керівництва, компанія і в кризовий час вважає український ринок побутової техніки досить перспективним і далеким від насичення. Вкладаючи у рекламу значні кошти (за обсягами Merloni — на третьому місці після LG та Samsung), компанія забезпечує стабільне зростання обсягів продажів уже протягом трьох років роботи в Україні.

Керівники найбільшого в Україні виробника холодильників — заводу «Норд» — зазначають, що в планах «Норду» — активніше просуватися на зарубіжні ринки, на які вже й тепер припадає до 70 % продукції. «Останнім часом за рахунок модернізації виробництва якість холодильників значно підвищилась. Вся продукція сертифікована провідними зарубіжними фірмами, а напередодні виставки ми отримали сертифікат якості ISO-9001». За словами фахівців, якщо «Норд» контролює до 50 % вітчизняного ринку холодильників і досить вдало стримує натиск іноземної продукції, то в інших сегментах великої побутової техніки, скажімо, кухонних плит, посудомийних і пральних машин, українські виробники не є серйозними конкурентами зарубіжним. На думку експертів, саме в цих сегментах ринку конкуренція посилюватиметься з приходом нових зарубіжних виробників.

Перші кроки в Україні успішно зробила словенська компанія Gorenje. Вона, зокрема, пропонує міні-кухні площею 1 кв. м (що складаються з холодильника, морозильної камери, електроконфорки та мийки), а також пральні машини зі 100-літровим баком води (призначена для тих, хто має проблеми з водопостачанням).

Ринок побутової техніки і електроніки в другому кварталі 2010 року продемонстрував надзвичайно позитивну динаміку в порівнянні з аналогічним періодом минулого року — об'єм продажів зріс на 40 % — інформує чергове дослідження «GfK Ukraine» [4].

Збільшення об'ємів продаж спостерігався на всіх сегментах ринку, ріст кожного сегменту перевищив 20 %. При цьому ринок

фототехніки і телекомунікаційних пристроїв показав найкращу динаміку як у другому кварталі, так і за півріччя в цілому. «Тепер ми можемо з упевненістю сказати про нормальну сезонність ринку і прогнозованість покращення ситуації в третьому кварталі 2010 року, якщо не в темпах зростання, то з рештою, в абсолютних об'ємах продажів. Не дивлячись на значний ріст в абсолютних одиницях, ринок усе ще набагато менший, ніж показники докризового 2008, та навіть набагато менший показників 2007 року», — коментують результати дослідження аналітики. Динаміка продажів на ринку побутової техніки та електроніки відтворено на рис. 2.

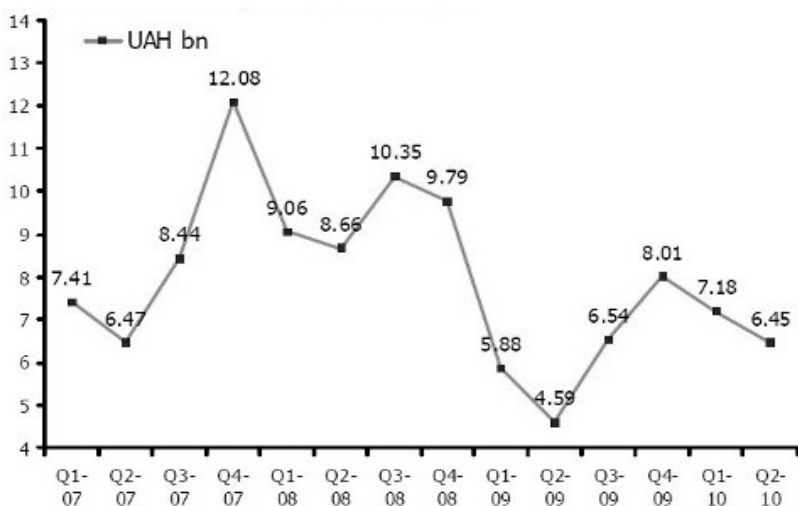


Рис. 2. Динаміка продажів на ринку побутової техніки та електроніки, млрд грн

У сегменті побутової електроніки рушійною силою залишаються LCD-телевізори (52 % від продажів сектора, збільшились у продажах на 60 %). Цікаво, що конкурентна технологія плазмових телевізорів також продемонструвала ріст на 56 %. Автомагнітоли, домашні кінотеатри й інші аудіо-системи завершили період падінням продажів. Хороші темпи росту показали карти пам'яті і USB-накопичувачі, збільшившись на 58 % і 46 % відповідно.

У сегменті великої побутової техніки — як і в сегменті малої техніки, ріст склав близько 28 %. Лідером за показниками росту стали морозильні камери, які зараз складають близько 6 % від за-

гальних продажів сегменту. Ця група виросла на 126 %. Найбільшою групою залишаються холодильники (39 % від продажів сектора, 32 % по продажах).

ІТ-технології в основному приростають за рахунок ноутбуків (66 % по продажах, 61 % від загальних продажів сектора). Сегмент фотокамер, який у кризу демонстрував значне падіння продажів, також швидко відновлюється, додавши за рік 77 %. Цьому сприяли помірні ціни на фотокамеру і сезон відпусток.

Загалом, лідерами ринку залишаються ІТ-технології, телеком-обладнання і фототехніка.

Висновки. За останні п'ять років ринок побутової техніки неухильно зростає. Нині через фінансову кризу чимало виробників і реалізаторів побутової техніки зазнали серйозних збитків. Переважний більшість цих компаній вдалося забезпечити себе від серйозних наслідків фінансової кризи. Нестабільність гривні сприяла збільшенню обсягів продажу. Втім, якщо за інших обставин поживалення попиту, звичайно, радувало б, то нині подібний сплеск активності може спричинити не прогнозовану ситуацію, у тому числі й передувати наступному затяжному спаду продажів. Тому аналіз і врахування конкурентної структури ринку є необхідною передумовою успішної діяльності підприємства на ринку.

Література

1. *Портер М.* Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
2. <http://ukrsocium.com/novini/statistika/3397>
3. <http://appte.org.ua/members>
4. <http://biz.liga.net/news/E1008270.html>

Стаття надійшла до редакції 12.08.2011

УДК 330(075.8)

Н. В. Колодрубська,
ПВНЗ «Галицька академія»

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

АНОТАЦІЯ. У статті обґрунтовано необхідність дослідження і вирішення проблем інноваційного розвитку корпоративного сектору України як потенційної конкурентної можливості, що при застосування відповідних