

Пазарът на домакински уреди в България

Февруари - Март 2006

Център за Енергийна Ефективност ЕнЕфект

Агенция "Алфа Рисърч"

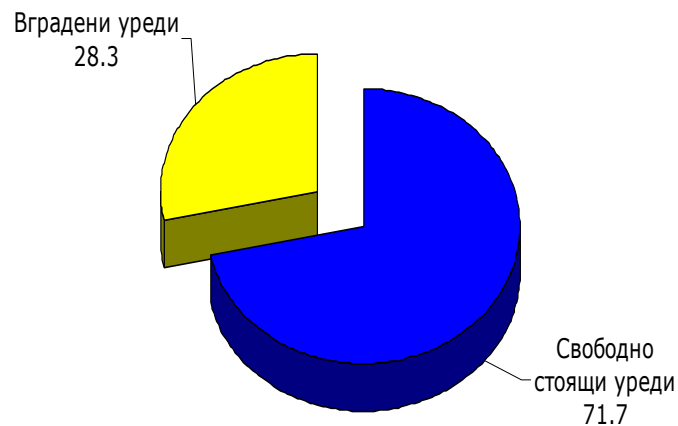


Характеристики на проучването

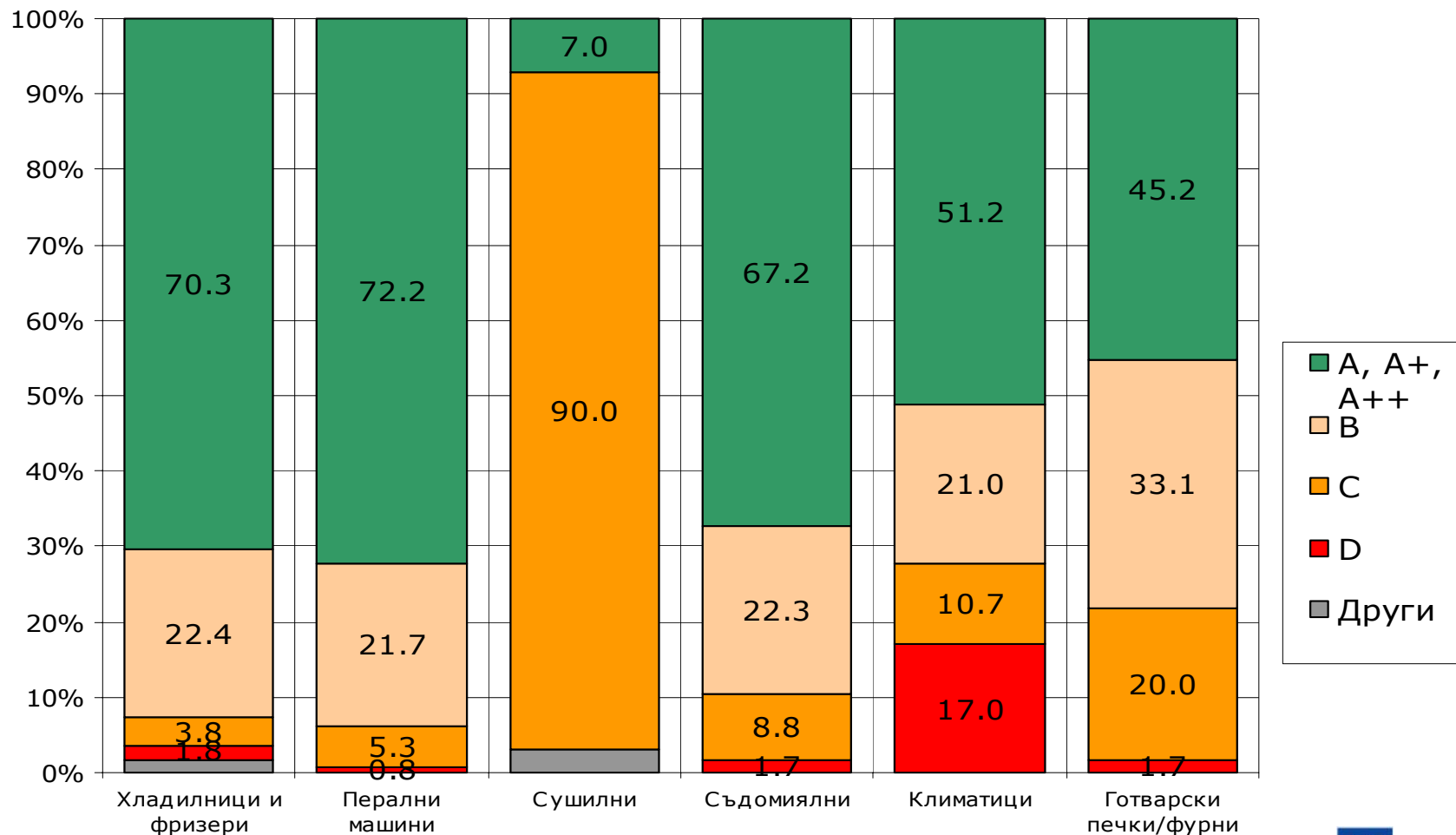
- Изследването е проведено в рамките на ръководен от Център за енергийна ефективност ЕнЕфект проект *“Програма за премахване на бариери пред ефективното разработване и прилагане на стандарти и етикети за енергийна ефективност в страните кандидатки за членство в ЕС”* и е финансирано от Глобалния екологичен фонд (ГЕФ) чрез програмата на ООН за развитие (ПРООН).
- Маркетинговото изследване на пазара на едра домакинска техника е реализирано от агенция Алфа Рисърч.
- В рамките на проучването са обхванати основните представители в бранша.
- Данните представят основните резултати за разпределението на продуктите по видове, ценови и енергиен клас, марка за обхванатите в проучването продукти.
- Проучването е съсредоточено върху продуктите – предмет на директивите на ЕС за етикетиране на битовите електроуреди по отношение на енергийната им ефективност:
 - Хладилници и фризери
 - Перални машини
 - Сушилни
 - Съдомиялни машини
 - Електрически фурни/готварски печки
 - Климатични системи
- Представените резултати са получени въз основа на събрани от търговските вериги данни за реализираните от тях продажби през последната година.
- Информацията е набрана посредством стандартизиран въпросник.
- Проучването е проведено в периода февруари – март 2006 година.
- Център за енергийна ефективност ЕнЕфект и агенция Алфа Рисърч благодарят на всички участници в изследването представители на бранша.



Пазарен дял на основните продукти (%)



Енергиен клас на продуктите по групи (%)

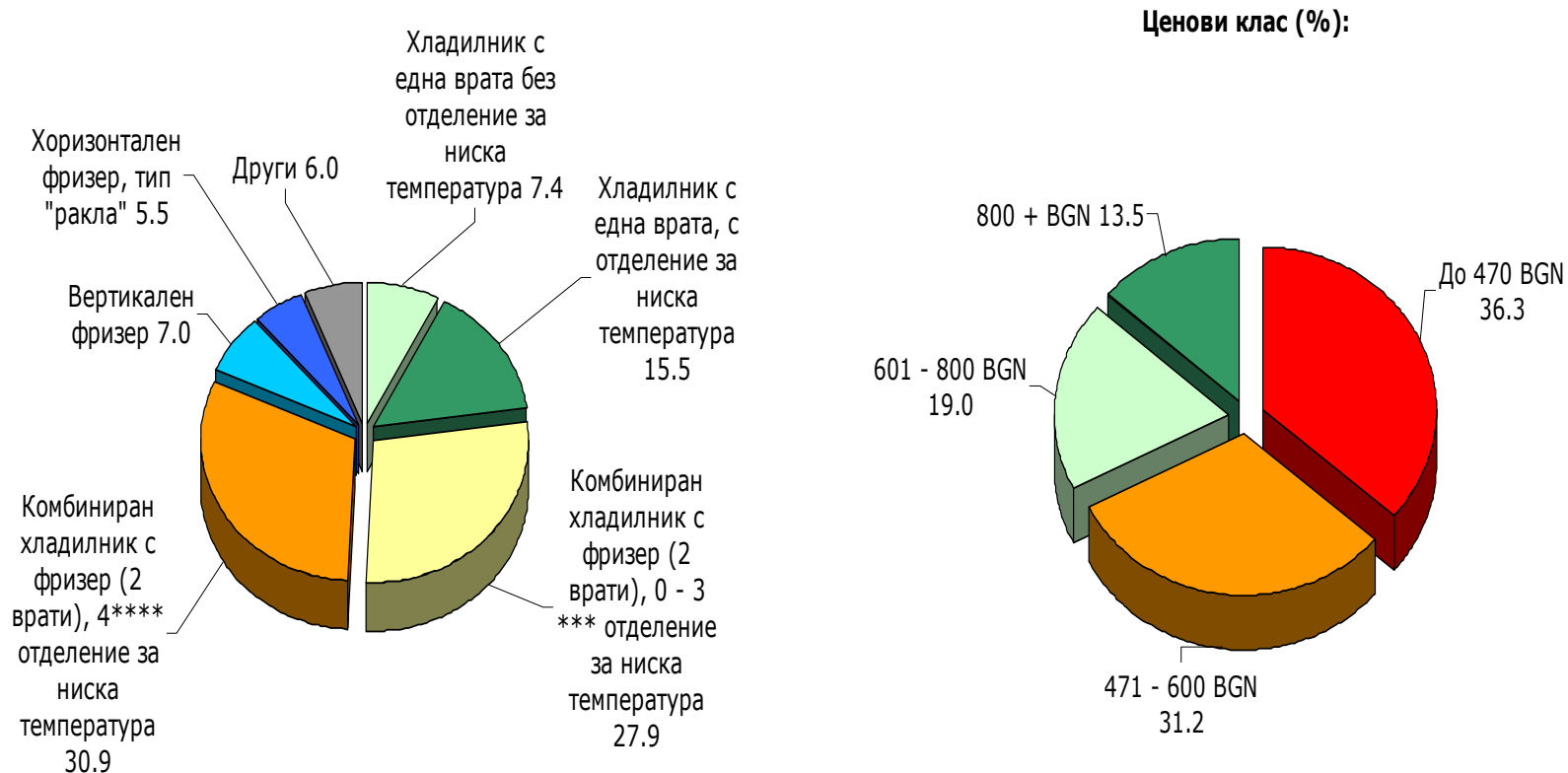


Хладилници и фризери: (27% от пазара на едра домакинска техника)

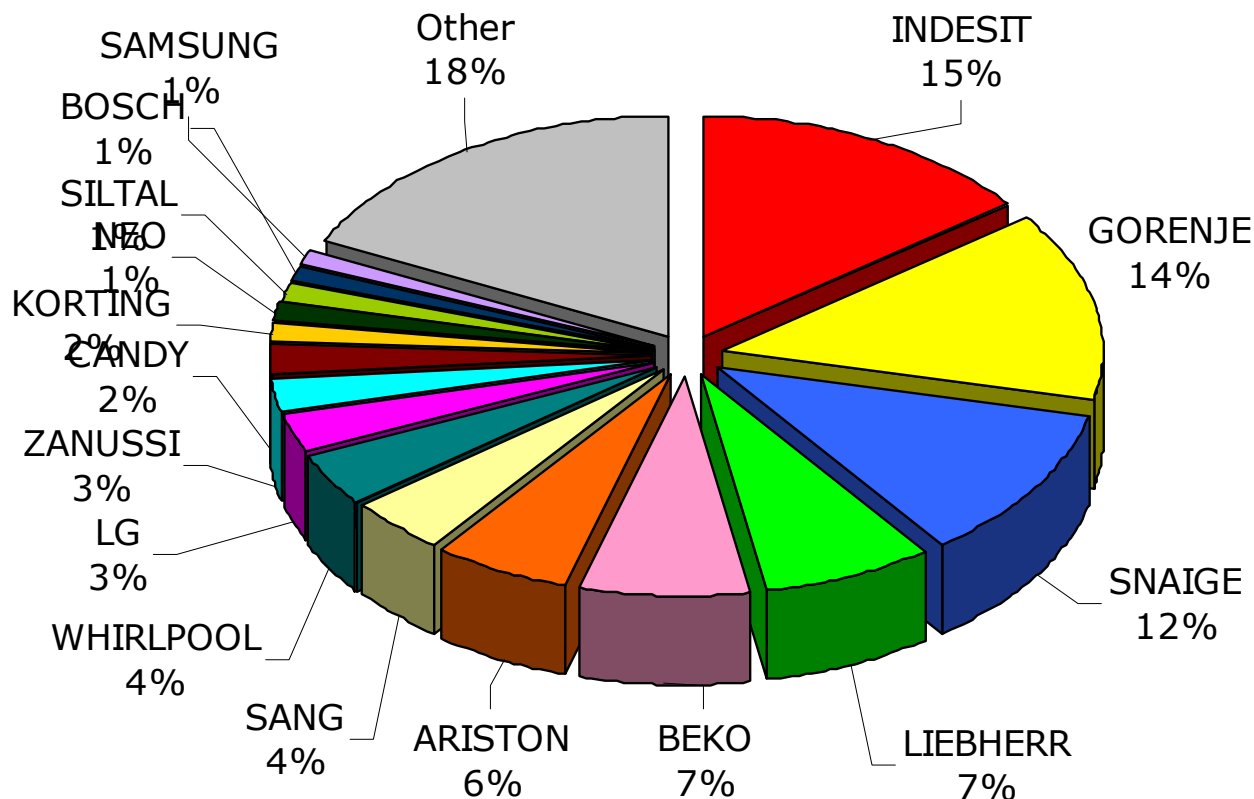
- Доминират продажбите на комбинирани хладилници с две врати, съставляващи 59 на сто от пазара. Продажбите са равномерно разпределени между хладилниците с двата вида отделение за ниска температура.
- Пазарът е равномерно разпределен между ниския, среден и висок ценови клас.
- Мнозинството от продажбите са на уреди с висок енергиен клас (A, A+, A++), като доминиращ е клас A.
- Марките на утвърдени производители доминират на пазара (68%). Налице е също значителен дял продажби на собствени марки (29%).
- На пазара присъстват повече от 40 марки, което го прави силно фрагментиран: 26 от тях имат пазарен дял под 1%.



Пазарен дял – хладилници: видове и ценови клас (%)



Пазарен дял – хладилници: Марки (%)



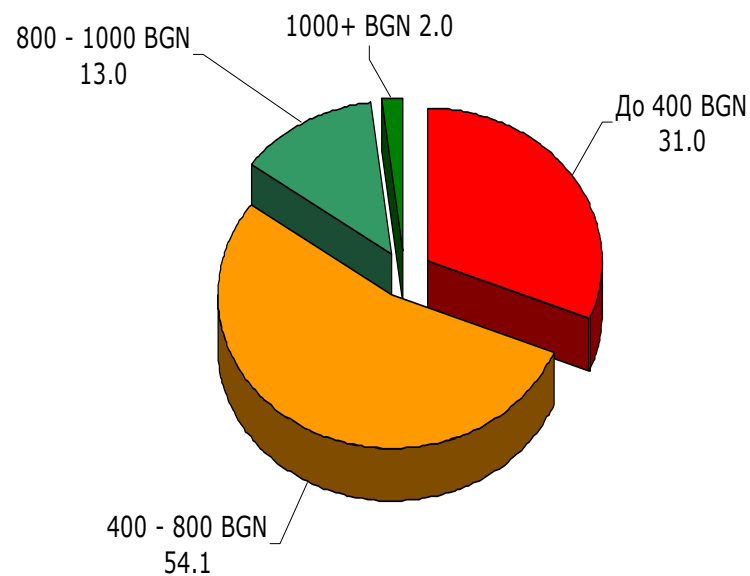
*Поради липсващи данни от Зора и Whirlpool е възможно резултатите да не отразяват реалния дял на техните марки.

Перални машини: (34% от пазара на едра домакинска техника)

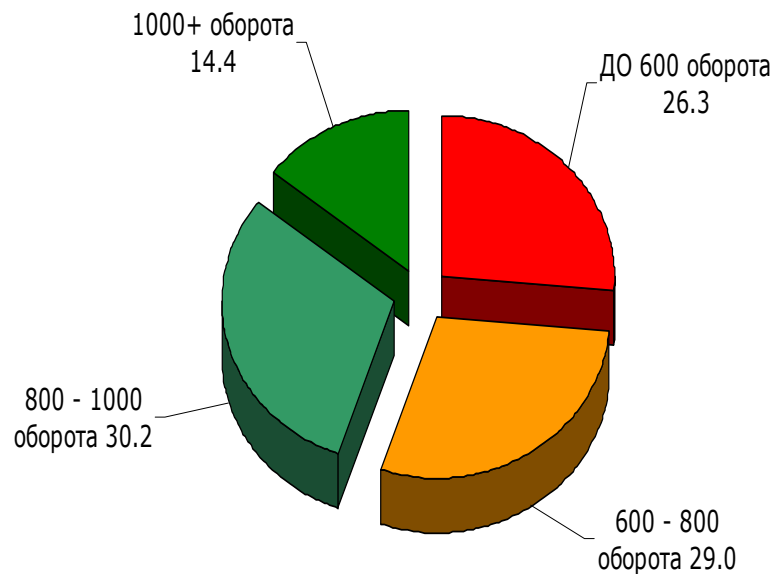
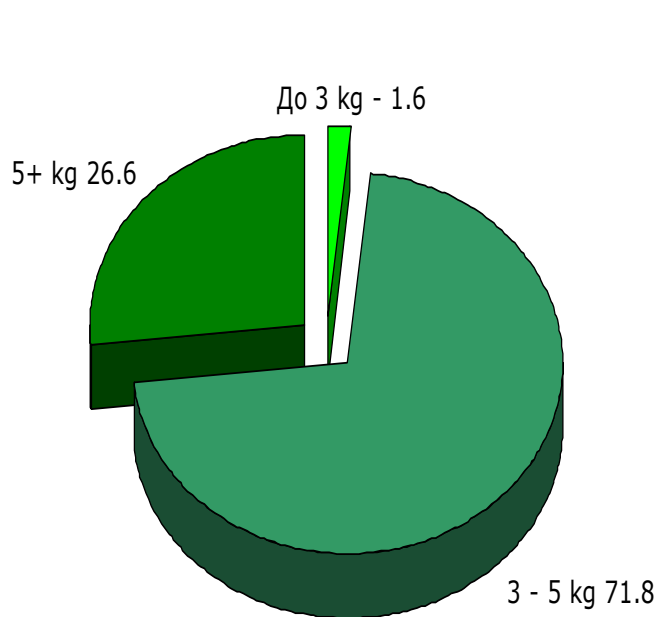
- Продуктовата група с най-голям пазарен дял в едрата домакинска техника.
- Пазарът е силно доминиран от пералните с предно зареждане (90%). Част от търговците отбелязват лек ръст на продажби на перални с горно зареждане през последната година.
- Пазарът е ориентиран към перални с капацитет до 5 кг и нарастващи обороти на машините.
- Преобладаваща част от продажбите се реализират в средния ценови клас (400 – 800 лева).
- Сегментът перални машини е групата, в която се реализират най-висок дял продукти от висок енергиен клас (72% са с енергиен клас А).
- Марките на утвърдени производители доминират на пазара. Същевременно пералните е една от групите с най-висок дял продажби на собствени марки (33%).
- Подобно на сегмента хладилници/фризери, пазарът на перални е силно фрагментиран: представени са около 35 марки, 21 от които имат пазарен дял под 1%.



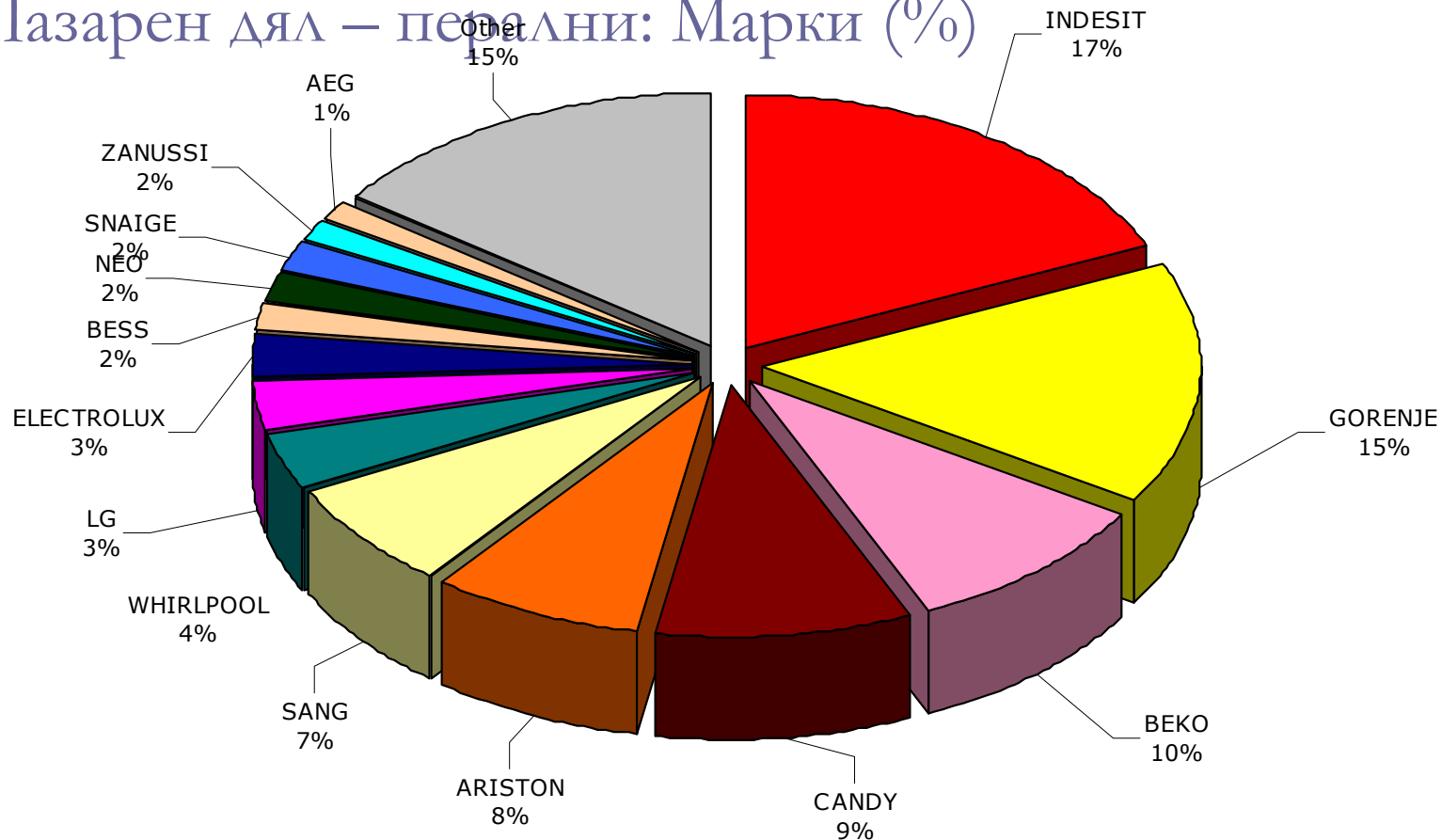
Пазарен дял – перални (%): видове и ценови клас



Пазарен дял – перални (%): капацитет и обороти



Пазарен дял – перални: Марки (%)

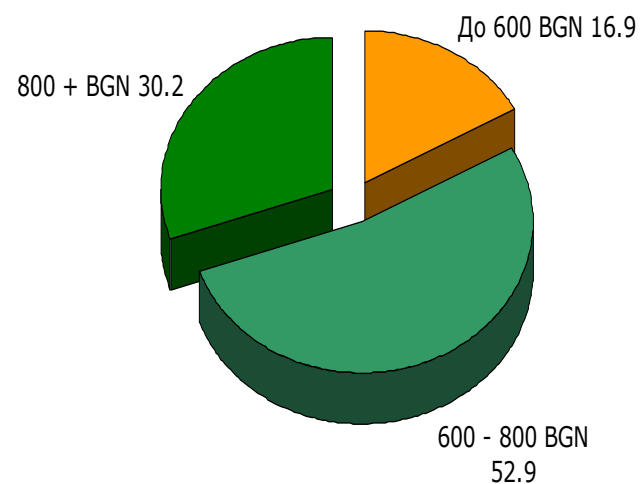
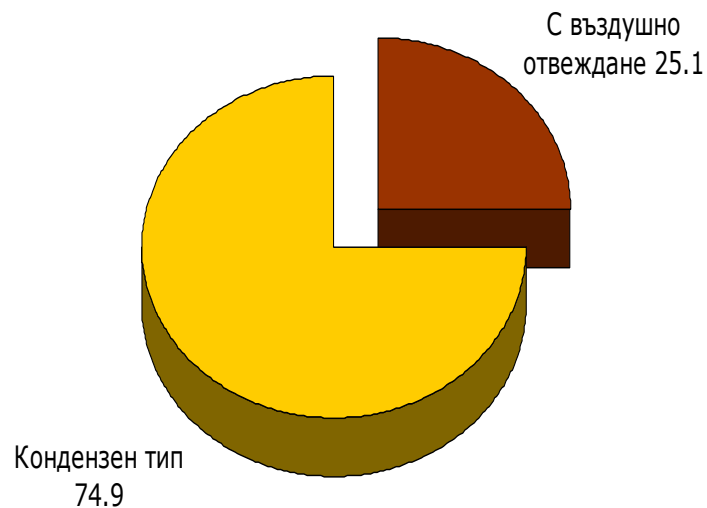


**Поради липсващи данни от Зора и Whirlpool е възможно резултатите да не отразяват реалния дял на техните марки.*

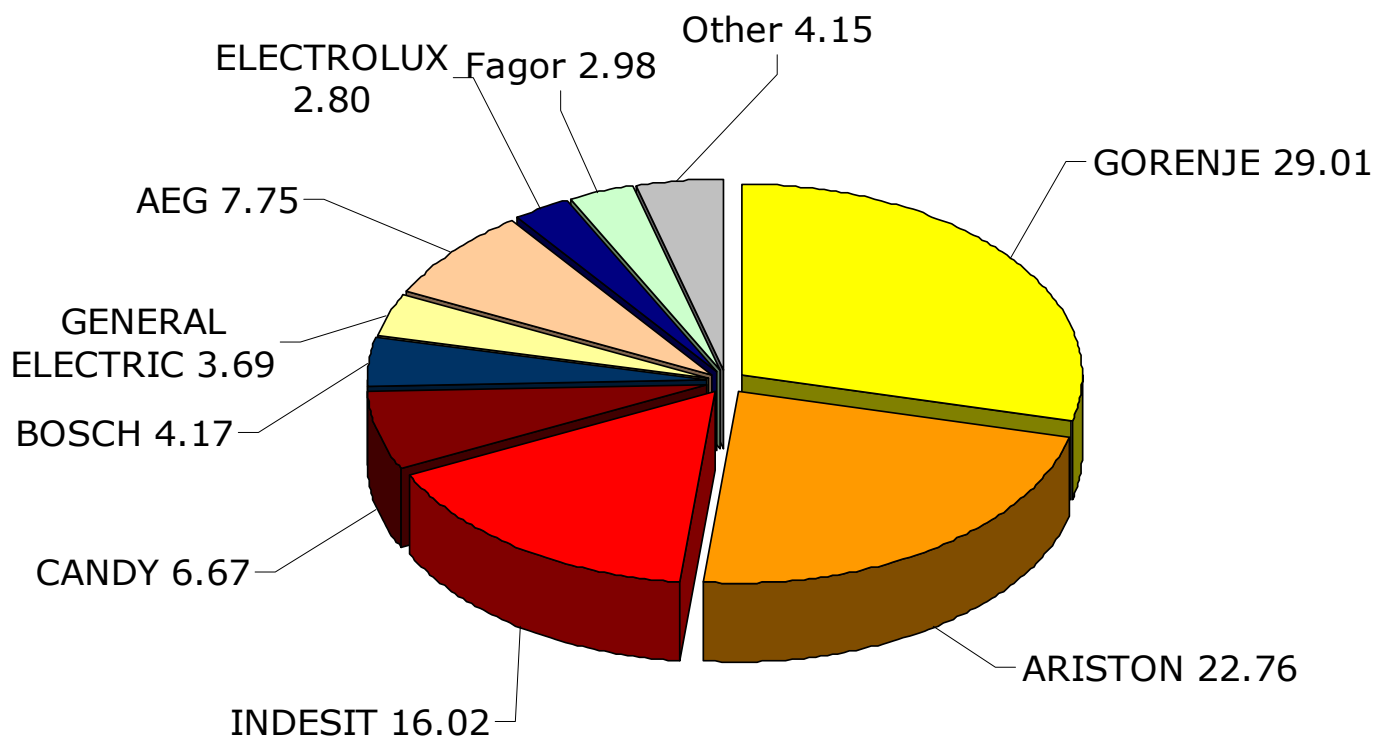
Сушилни: (4.7% от пазара на едра домакинска техника)

- Слабо развит пазар на сушилни в страната.
- Ограничен брой представени марки на пазара, предимно на утвърдени производители.
- Преобладават продажбите на кондензен тип сушилни.
- Пазарът на сушилни е силно доминиран от ниския енергиен клас С.
- Преобладаваща част от продажбите се реализират в средния и висок ценови клас на цена над 600 лева.

Пазарен дял – сушилни: видове и ценови клас (%)



Пазарен дял – сушилни: Марки (%)

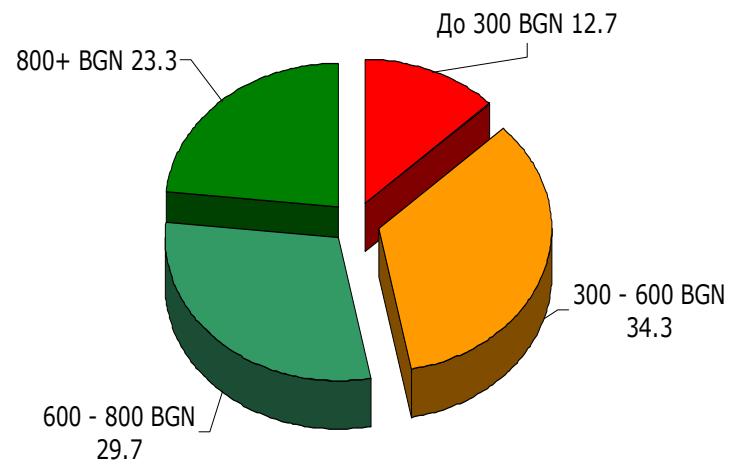
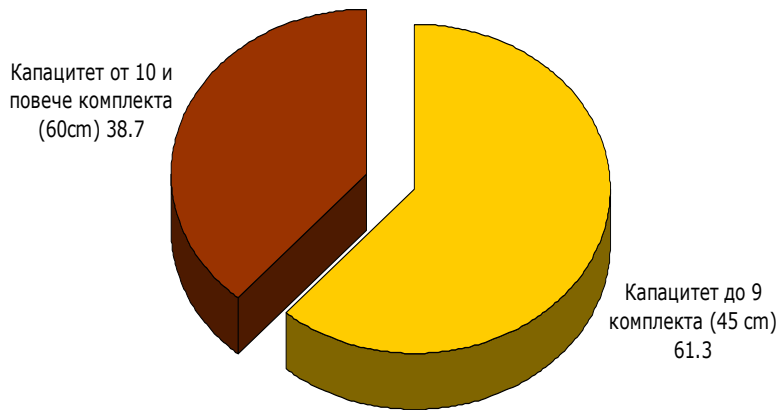


Съдомиялни машини: (5.6% от пазара на едра домакинска техника)

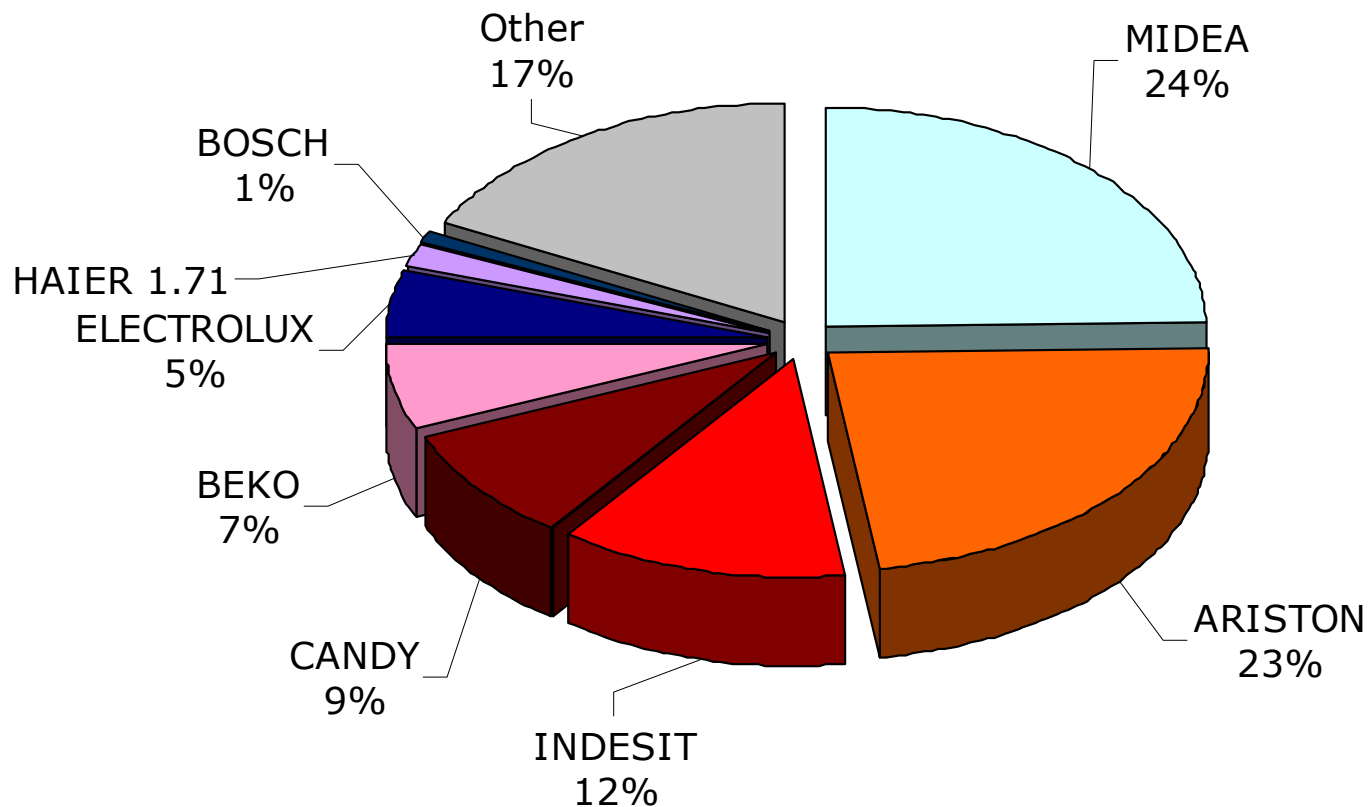
- Продуктова група с относително нисък пазарен дял в едрата домакинска техника.
- Преобладават продажбите на малки съдомиялни с капацитет до 9 комплекта (61%), но дялът на големите с капацитет над 10 комплекта също е значителен (39%).
- Продажбите се реализират предимно в средния и по-висок ценови клас.
- За разлика от пазара на сушилни, този на съдомиялни (въпреки че също е с нисък пазарен дял) е доминиран от по-високите енергийни класове продукти.
- Преобладават продажбите на марки на утвърдени производители, но е налице и сериозно присъствие на собствени марки (22%).



Пазарен дял – съдомиялни: капацитет и ценови клас (%)



Пазарен дял – съдомиялни: Марки (%)



*Поради липсващи данни от Зора и Whirlpool е възможно резултатите да не отразяват реалния дял на техните марки.

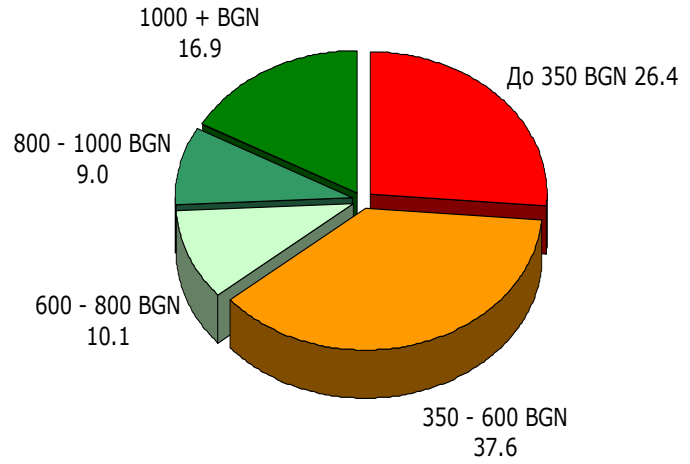


Климатични системи: (8.4% от пазара на едра домакинска техника)

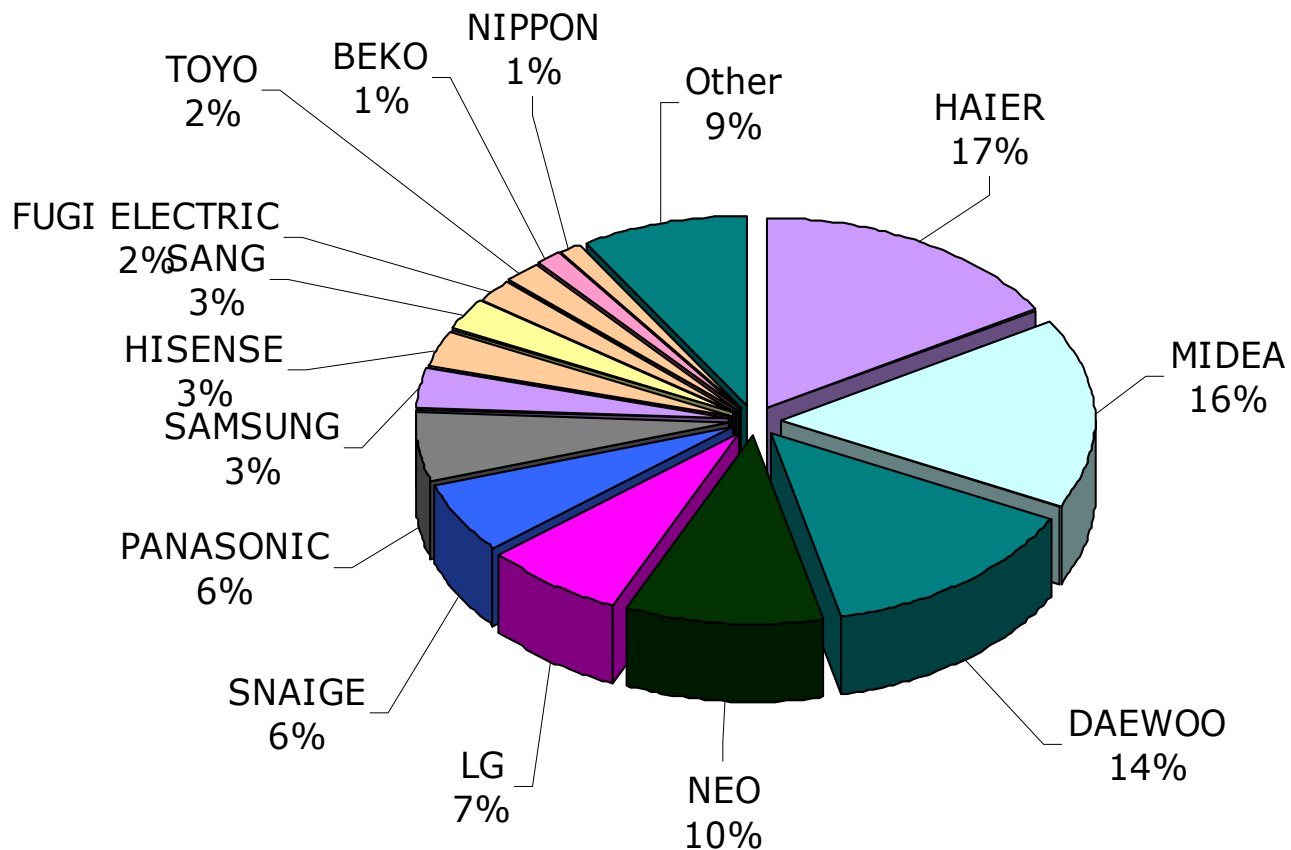
- Климатичните системи все още заемат относително нисък дял в пазара на едра домакинска техника, но по общото мнение на търговците през последните години е налице ясна тенденция към постепенно нарастване на търсенето, особено на инвенторни системи.
- През 2005 преобладават продажбите на конвенционални сплит системи (60%), но делът на инвенторните също е значителен (37%).
- Основната част от продажбите е съсредоточена в ниския и среден ценови клас. Значителен е също делът на продажбите на цена над 1000 лева (17%).
- Климатичните системи са продуктовата група, в която е налице най-висок дял "собствени марки" (37%) в сравнение с останалите включени в проучването сегменти.
- Пазарът на климатични системи е силно фрагментиран: на него присъстват повече от 30 марки, като половината от тях са с пазарен дял под 1%.



Пазарен дял – климатици: видове и ценови клас (%)



Пазарен дял – климатици: Марки (%)

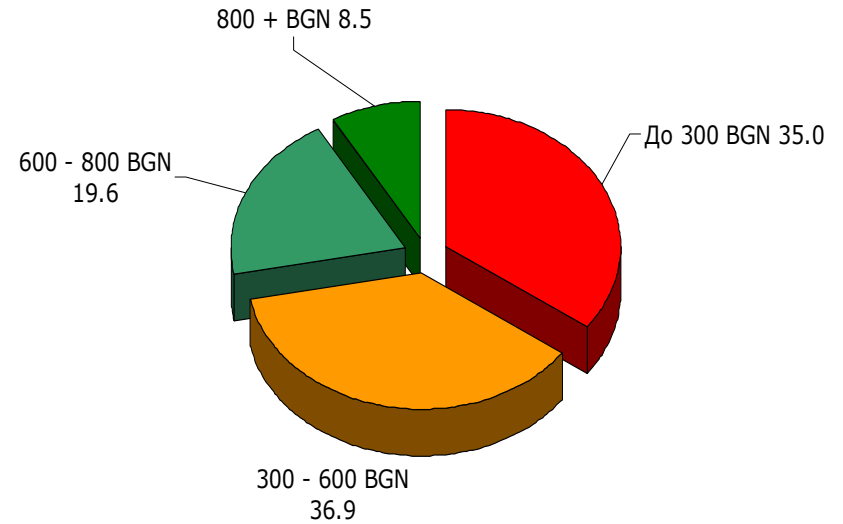
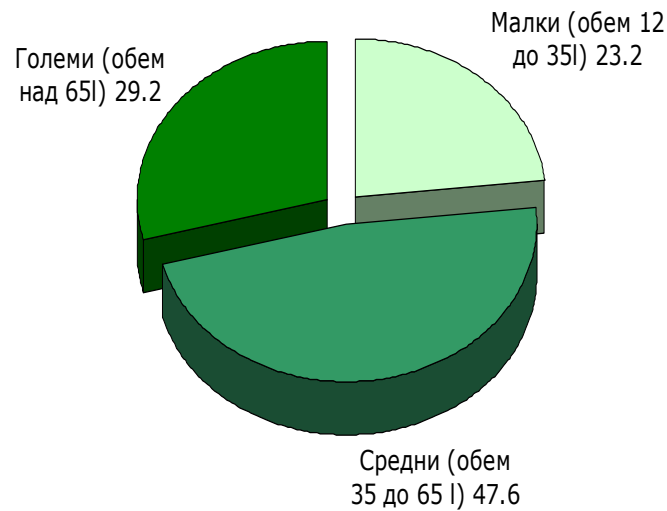


**Поради липсващи данни от Зора и Whirlpool е възможно резултатите да не отразяват реалния дял на техните марки.*

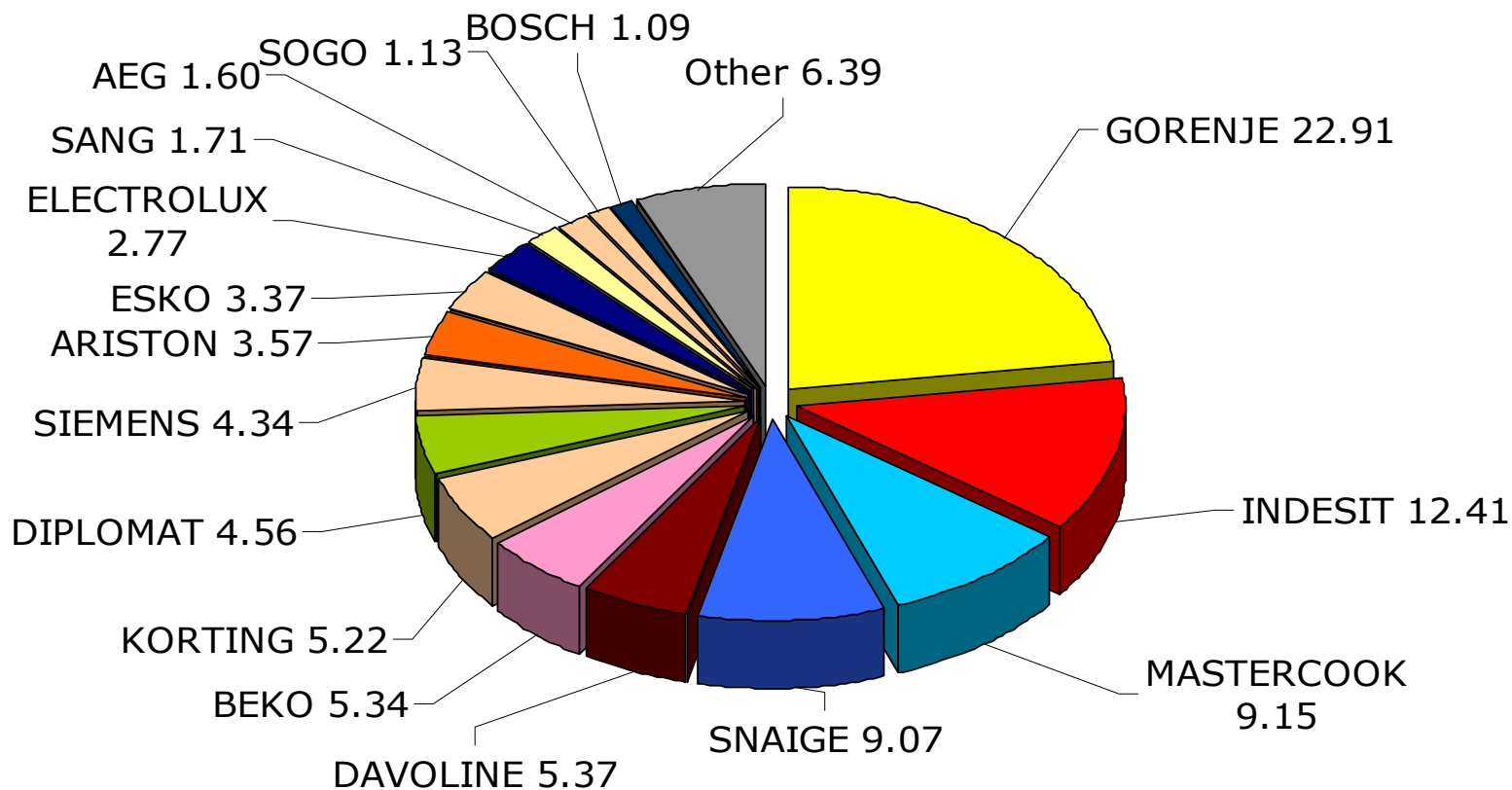
Електрически фурни/готварски печки: (20% от пазара на едра домакинска техника)

- Сегментът заема относително висок дял (20%) от пазара на домакинска техника.
- Доминират продажбите на средни по размер фурни/готварски печки с обем между 35 и 65 литра.
- Продажбите се реализират предимно в ниския и среден ценови клас.
- Все още силно присъствие на продукти с нисък енергиен клас: 55% от продажбите са на продукти от енергийни класове B, C, D.
- Пазарът на електрически фурни/готварски печки е силно фрагментиран: отново са представени повече от 30 марки и половината от тях имат пазарен дял под 1%.

Пазарен дял – електрически фурни/готварски печки: видове и ценови клас (%)



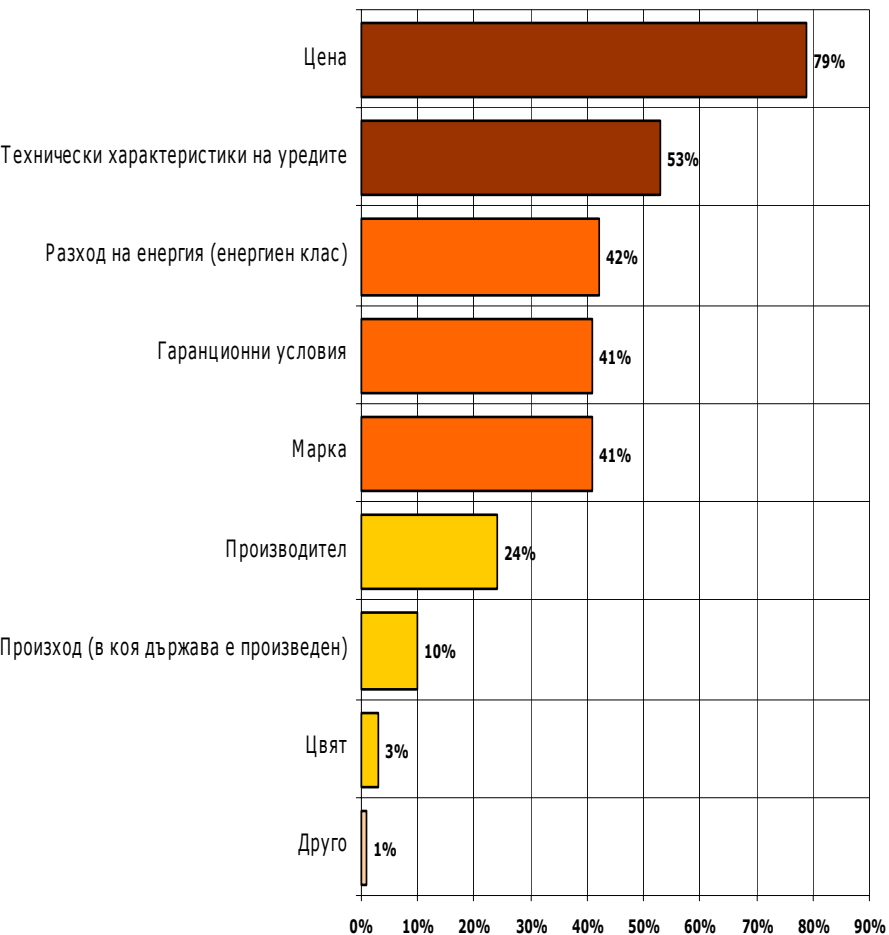
Пазарен дял – електрически фурни/готварски печки: Марки (%)



*Поради липсващи данни от Зора и Whirlpool е възможно резултатите да не отразяват реалния дял на техните марки.

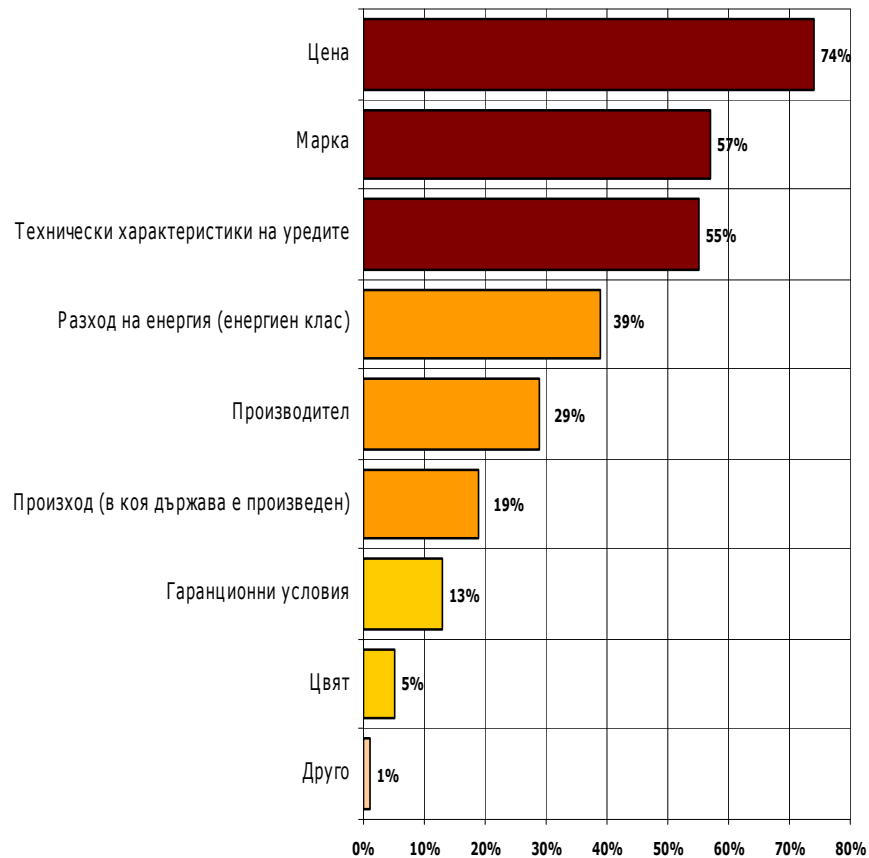
Фактори за избор на марка: резултати от изследване сред корпоративни и частни потребители

Фактори за избора на марка:*



*Изследване сред корпоративни потребители.

Фактори за избора на марка:*



*Изследване сред частни потребители, клиенти на търговските вериги.