

Развитие сети дистрибуции в Украине



Кристоф Лиммер, старший менеджер по развитию рынка

Киев, 01 декабря 2008

- **Рыночная ситуация**
- **Данные маркетингового исследования**
- **Выводы**

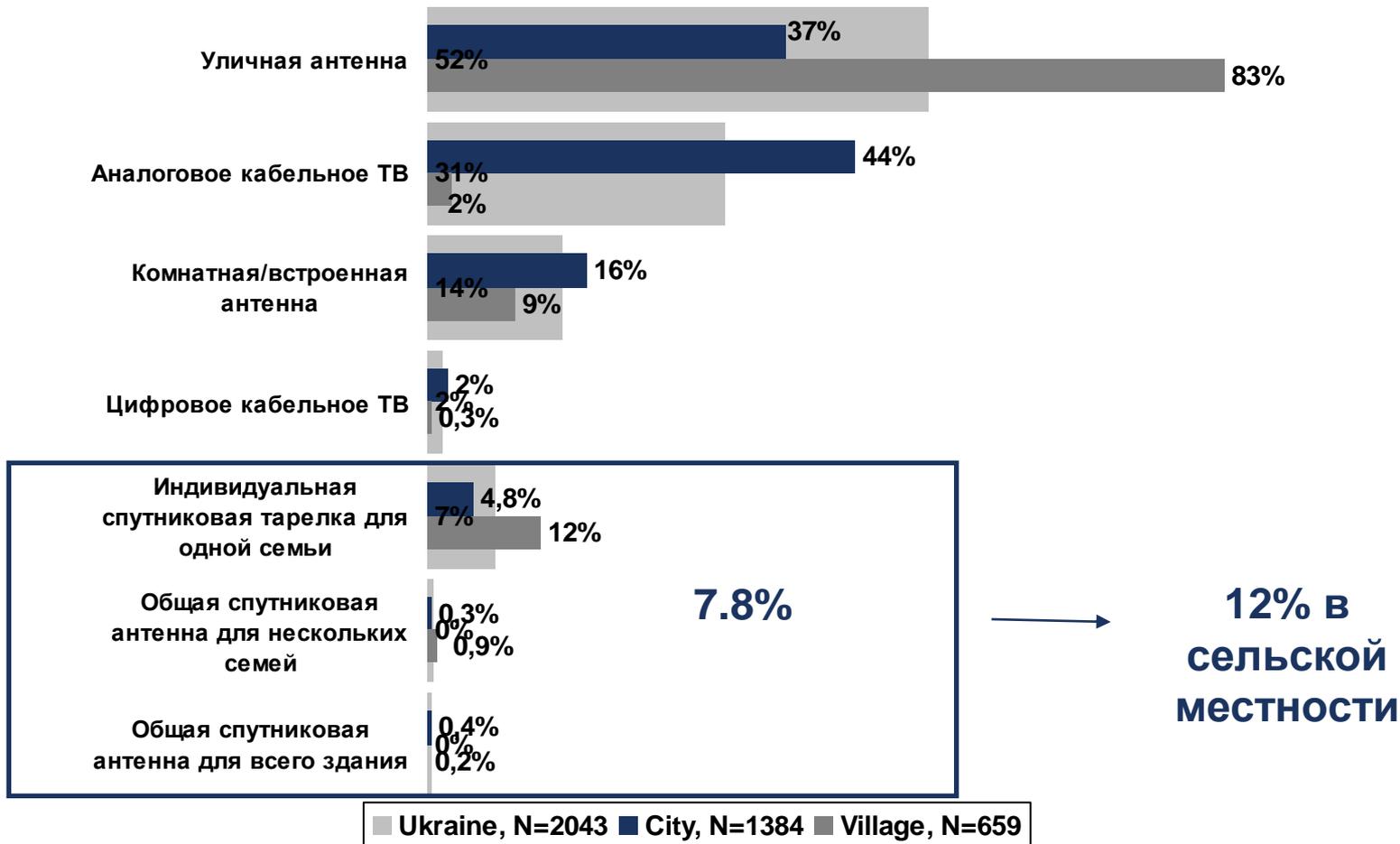
Рынок телевидения в Украине

- На начало 2008 года число домохозяйств, в которых имеется телевизор, составило 18.0 миллионов (99% всех домохозяйств)
- Наиболее распространенный способ доставки ТВ сигнала – наземные сети (11.9 млн. или 66%); далее кабель (5.8 млн. или 32%). **Спутниковое ТВ присутствует в 1.4 млн. или 8% от всех домохозяйств, но достигает 12% в сельских районах**
- Распространение цифрового спутникового ТВ достигает 1.2 млн., причем **Sirius охватывает почти 1.0 миллион** (на начало 2008)
- Большинство спутниковых домохозяйств принимают только **открытые (FTA)** каналы. Половина всех спутниковых домохозяйств расположены в **сельских районах**, большинство на Западе Украины
- В то время как спутниковое ТВ есть и в городских, и в сельских районах, кабель в основном присутствует в больших и средних городах.

Способы доставки ТВ сигнала



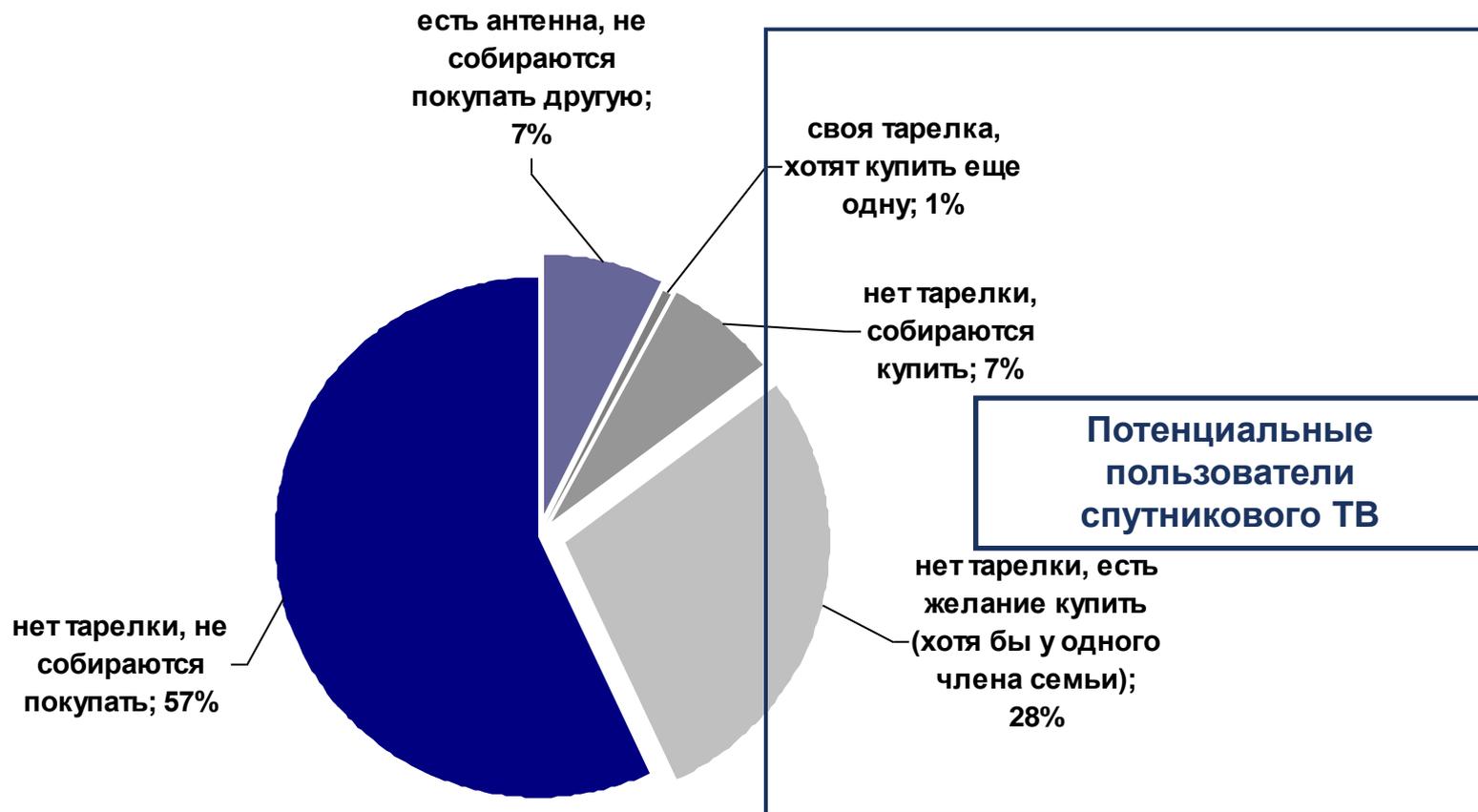
8% домохозяйств в Украине имеют спутниковые тарелки. В сельских районах - 12%.



Потенциал рынка спутникового ТВ



Более 6 миллионов или 1 из 3 домохозяйств в Украине намерены приобрести спутниковое оборудование в ближайшем будущем



Причины приобретения спутникового оборудования



Основная причина – желание иметь больший выбор каналов

Вопрос: почему ваша семья купила спутниковую тарелку / почему, как вы думаете, люди покупают спутниковое оборудование ?



- Рыночная ситуация
- Данные маркетингового исследования
- Выводы

В исследовании принимали участие несколько целевых групп:

- Дистрибьюторы и производители спутникового оборудования
- Основные розничные сети (электронная и бытовая техника)
- Установщики (предлагающие установку спутникового оборудования)
- Покупатели



Крупные города

- **Донецк:** крупный город в восточном регионе; важен с точки зрения доходов и покупательной способности
- **Львов:** крупнейший город на Западе

Небольшие города:

- **Лубны:** город в центральном регионе (52 000 жителей)
- **Дрогобыч:** город на Западе (79 000 жителей)

1. Сегодня, **основными дистрибьюторами** спутникового оборудования для физических лиц являются **небольшие дилеры (частные предприниматели)** которые также предлагают услуги по установке оборудования.
2. **Небольшое количество крупных дистрибьюторов** имеющих свою дилерскую сеть – в основном сконцентрированы в городах на востоке страны.
3. На украинском рынке представлено **спутниковое оборудование различных производителей** (более 50 брендов ресиверов и 10 брендов антенн).
4. В больших городах (100 000+) только **треть главных сетей розничной торговли имеют в продаже спутниковое оборудование**. Ассортимент оборудования меньше по сравнению с радио рынками и продажами через интернет.
5. Украинские **производители спутникового оборудования** расположены в регионах с **большей покупательной способностью (Восток)** и в регионах с **большим спросом на спутниковое оборудование (Запад)**.
6. Эксперты считают, что **продажа и установка со временем будет осуществляться разными компаниями, а крупные дистрибьюторы будут играть более активную роль в продажах спутникового оборудования.**

Основные каналы дистрибуции

Операторы

- Прямые услуги покупателям.

Розничные сети

- Стали продавать спутниковое оборудование недавно.
- Эксперты считают, что в будущем сети будут играть более активную роль в распространении спутникового оборудования.

Дилеры

- Небольшие компании (ИЧП) занимаются продажей и установкой.
- Большое кол-во индивидуальных предпринимателей

Установщики

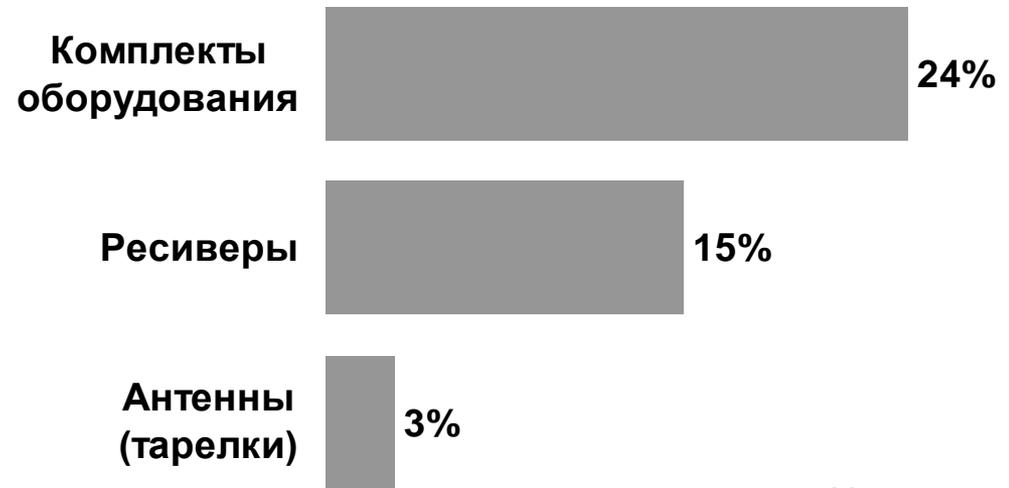
- Компании, специализирующиеся на установке и сервисном обслуживании спутникового оборудования.
- Этот сегмент только начал развиваться независимо.

- Спутниковое оборудование присутствовало в менее трети торговых точек, вовлеченных в исследование.

Спутниковое оборудование в продаже



N=109



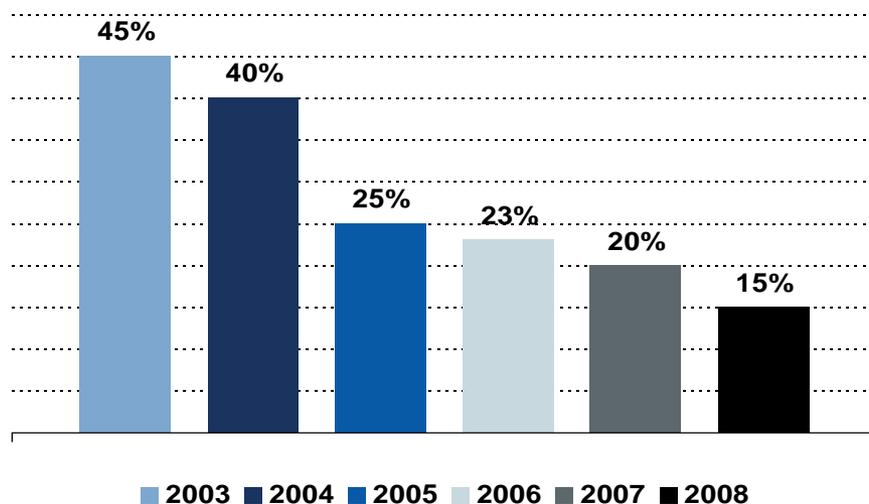
N=109

1. После бурного роста в 2001-2003 г. украинский рынок бытовой техники и электроники демонстрирует стабильный рост в 20-25% ежегодно. Однако, эксперты считают, что в текущем году рост замедлится на 10-15%.
2. 40% бытовой электронной техники продается через крупные национальные и региональные сети по продаже бытовой техники. Ожидается, что в следующие 2-3 года доля крупных сетей вырастет до 60%.
3. Однако, сегодня крупные сети сало вовлечены в продажу спутникового оборудования.
4. Продавцы демонстрируют в целом позитивное отношение к появлению новых продуктов в ассортименте; однако, решение принимается головным офисом.
5. Розничные сети работают на договорных условиях с сервисными центрами или же продавцы рекомендуют покупателям конкретных установщиков. В то же время, магазинные не несут ответственности за качество установки.
6. По словам продавцов, спрос на спутниковое ТВ есть. Главными барьерами для покупателей являются низкая осведомленность и стереотипы по отношению к спутниковому ТВ (все бесплатно), а также мнение о дороговизне имеющихся предложений.
7. Продавцы считают, что необходим специальный тренинг по спутниковому ТВ и специальные акции.

Темпы роста рынка



Динамика роста рынка



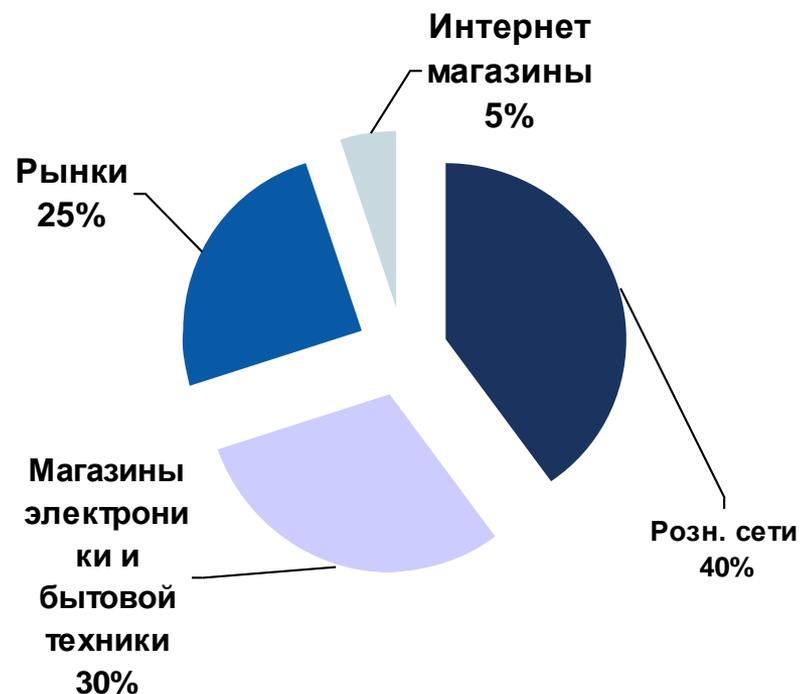
Сильный рост рынка наблюдался в 2003-2004 г. В последние годы рынок демонстрировал стабильный рост, но эксперты прогнозируют замедление роста на 10-15% в год. ****

*Source: Business, magazine, 2004 **Source: "Ekonomicheskiye izvestiya, 2005 ***Source: Kommersant Ukraine, newspaper, 2007 ****Source: Newspaper "24", 2008

Около 40% бытовой техники продается через крупные розничные сети.

Эксперты полагают, что через 2–3 года их доля достигнет 65–70% за счет поглощения доли местных рынков*

Интернет-продажи выросли на 50% по сравнению с 2005 г. и достигли \$150 -190 млн. в 2006 г. «Количество интернет магазинов выросло в 5 раз – от 100 до 500»**



*Source: Kommentarii, newspaper, 2008 **<http://www.dsnews.ua/companies>

Количество сетевых магазинов в регионах



Услуги по установке

- По словам представителей сетевых магазинов, покупатели хотят договориться об установке в момент покупки товара
- Хотя услуги по установке присутствуют не во всех сетях, сети предоставляют покупателям контактные данные установщиков (частных предпринимателей).

Мы не предоставляем такие услуги, но мы даем покупателям контактную информацию, чтобы они договорились об установке самостоятельно.

Распределение обязанностей

- Магазины не несут ответственности за качество установки (даже если в магазине есть сервисный центр)

Сервисный центр и мы – как две разные организации. Мы независимы друг от друга.

Мы даем гарантию на наши товары. Установщики дают свою гарантию на услуги по установке.

Ожидания от установщиков

- Высокое качество обслуживания и профессиональный сервис
- предоставление точной информации

Нам нужна точная информация, в прайс-листах иногда неверная информация.

- В случае низкого качества – отказ от сотрудничества

После первой жалобы о неправильной установке и наличии других дефектов, такой установщик вычеркивается из списка.

1. **Сегодня на рынке Украины работает около 1000 компаний-установщиков спутникового ТВ** (частные предприниматели и юр.лица) и такое же количество незарегистрированных частных установщиков.
2. **В основном установщики – ИЧП, сконцентрированные в больших и средних городах.** Для осуществления услуг необходима лицензия, однако **до 95% установок производится без лицензий.**
3. **Около половины компаний специализируются на установке спутникового оборудования.**
4. **По словам установщиков, тенденция на рынке такова:**
 - a) Снижение цен на установку и оборудование;
 - b) Небольшой спад спроса в основном в больших городах
 - c) Рост «серого» рынка – частных непрофессиональных установщиков.
5. **Спрос на платное ТВ до сих пор низкий.** FTA (каналы свободного доступа) составляют 80-90% от всех заказов. Поэтому, большинство установщиков неохотно идут на сотрудничество с провайдерами. **Однако они предоставляют информацию об имеющихся платных пакетах.**

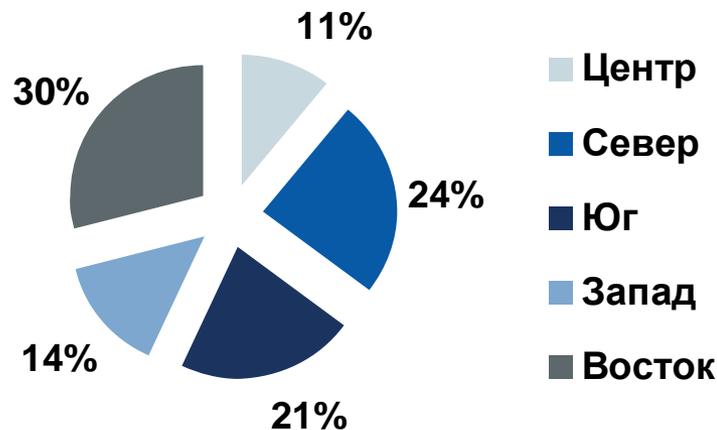
Около 900 – 1000 установщиков регулярно имеют дело с установками спутникового оборудования.

Возможно, еще такое же количество неофициальных частных установщиков.

Большинство компаний – ИЧП, расположенных в регионах где:

- Нет кабельного ТВ (западные регионы и горные районы)
- Покупательная способность населения выше среднего;
- Сельские местности и соответственно более высокий спрос на спутниковое ТВ;
- Высокая плотность населения;
- большое количество предприятий, занимающихся разработками высокотехнологичных продуктов, производители спутниковых антенн (Донецк, Харьков, Днепрпетровск).

Распределение установщиков в регионах



Плотность компаний-установщиков в регионах



Региональная плотность и потенциал компаний-установщиков



Регион	Тысяч жителей на одного установщика	Приблизительное кол-во установщиков в регионе*	Среднее число установок в месяц**	Приблизительная производительность в месяц
Центр	56	100	20 - 50	2000-5000
Север	38	215		4300-10750
Юг	38	185		3700-9250
Запад	85	126		2520-6300
Восток	59	258		5160-12900
Всего	53 (среднее)	884		17680-44200

Если не брать во внимание «серый рынок», потенциальное количество установок в Украине в год составляет около 500,000. Стоит обратить внимание на более низкую плотность на Западе страны, по сравнению с другими регионами.

Источник: *анализ базы данных юр. Лиц и открытых источников;

**интервью с установщиками

Условия сотрудничества

➤ Установщики сотрудничают с несколькими розничными сетями и магазинами одновременно

Потому что есть предложения от других торговых точек. Никто не пытается быть эксклюзивным.

➤ Установщики как правило платят комиссию продавцам за каждое обращение

Есть несколько торговых точек где менеджеры по продажам могут порекомендовать нас клиентам, купившим спутниковое ТВ и заработать комиссионные.

➤ **Эксклюзивное сотрудничество с одной сетью считается нецелесообразным в данных рыночных условиях**

➤ Около 1/3 респондентов **сотрудничают** с 1 – 3 провайдерами (NTV, Viasat, Поверхность, MediaMax), **однако 80-90% их заказов составляют FTA установки.** Они отмечают низкий спрос на платные пакеты.

Отношение к сотрудничеству

➤ Установщики в целом довольны отношениями с продавцами, и считают такое сотрудничество выгодным и хотели бы больше работать с сетями.

Это гораздо проще и не надо тратить деньги на рекламу.

1. Хотя покупка спутникового ТВ производится мужчинами, **все взрослые члены семьи обычно принимают участие в принятии решения.** Родственники и друзья также являются важной частью этого процесса.
2. **Осведомленность о спутниковом ТВ все еще довольно низкая** (за исключением западных регионов). Роль и преимущества операторов и платного ТВ до сих пор не понятна покупателям.
3. Большинство респондентов считают спутниковое ТВ **средством для получения бесплатного доступа к большому количеству ТВ каналов.**
4. Радио рынки, реклама в СМИ или интернет (для больших городов) являются главными каналами для покупки и подписки на спутниковое ТВ.
5. У потребителей нет проблем с нахождением места продажи спутникового оборудования / подписки на платное ТВ. Однако, **есть трудности с приобретением высококачественного оборудования и профессиональным послепродажным обслуживанием.**
6. Покупатели считают **покупку и установку тарелки как «одну услугу»** и ожидают, что это будет происходить одновременно.
7. Покупателям важны также наличие **гарантии на оборудование и высокое качество сигнала. Также важен послепродажный сервис.**

Внешние и внутренние причины

- ✓ **Намерение смотреть большое каналов:** женщины – чтобы смотреть, мужчины, чтобы переключать (по их словам, число каналов, которые они смотрят регулярно - 40-50)
- ✓ **Свобода выбора:** возможность смотреть любимые программы в удобное время
- ✓ **Возможность смотреть специализированные каналы высокого качества**
- ✓ **Желание получить прекрасное изображение** (особенно потому что спутниковое телевидение хорошо смотрится на современных панелях).
- ✓ **Неудовлетворенность существующей инфраструктурой, желание быть независимым от кабельных провайдеров.**
- ✓ **Увеличение платы за кабельное ТВ**
- ✓ **Отсутствие абонентской платы за открытые каналы**
- ✓ **Отключение российских каналов из кабельных пакетов** (в соответствии с политикой Национального Совета по теле- и радиовещанию), что особенно важно для Восточного региона.

Основные места покупок

➤ Радио рынки

В основном радио рынок. Там целые ряды со спутниковыми тарелками.

➤ Небольшие дилеры (по рекламе)

Есть много рекламных объявлений – обзвонил несколько и выбрал наиболее подходящую по цене.

➤ Интернет-магазины

Мы заказали тарелку по интернету. Потом пришли специалисты и подключили ее.

Отношения к местам продаж

✓ В больших городах, люди более осторожно относятся к приобретению товаров на рынке
Потому что на рынках творится бардак, туда даже входить неприятно.

Респонденты предпочитают

- специализированные магазины (интернет-магазины)

Я предпочитаю магазин потому что больше им доверяю.

- по совету друзей

Я доверяю другу больше, чем рекламе.

✓ В маленьких городах люди более лояльны к неконтролируемым местам продаж

Город небольшой. Все люди знают друг друга, поэтому они больше доверяют тем, кто продает техническое оборудование на рынке, чем супермаркету Фокстрот или другому магазину.

Что влияет на выбор места покупки

Установка и послепродажные услуги в одном месте

Респонденты предпочитают те места продаж, где предлагается установка и послепродажные услуги.

Media Max назначает каждому покупателю специального сотрудника, поэтому клиент звонит не в компанию, а конкретному человеку.

Хорошая цена

Во-первых, это дешевле. Хорошо с точки зрения цены.

Профессиональный совет в магазине

В магазине должен быть квалифицированный ассистент, способный ответить на любой вопрос.

Должны быть хорошие специалисты, которые все знают и могут решить любую проблему.

Удобное расположение

Я пошел в магазин, расположенный около моей дачи.

Ожидания покупателей

- Наличие специализированных точек продаж, предлагающих услуги высокого качества в полном объеме
- Продажа и установка в одном месте
- Более низкие цены на оборудование
- Демонстрационные ролики каналов, возможность выбирать конкретные каналы (не только «пакетные» предложения)
- Возможность подключения нескольких телевизоров к одной антенне

Ожидания от провайдера

- Умеренная абонентская плата
Провайдер мог бы предложить более низкие цены если это более развитая компания.
- Гарантия на оборудование и высокое качество сигнала.
Услуги должны быть высокого качества. Нам нужна хорошая установка, гарантии, обслуживание etc.
- Техническая поддержка
Должен быть кол-центр, куда можно позвонить, если что-то не так.

1. Сегодня **основным каналом дистрибуции спутникового оборудования являются небольшие дилеры (частные предприниматели)**, которые также предлагают услуги по установке
2. Спутниковое оборудование пока что **мало представлено в крупных розничных сетях**. Тем не менее эксперты считают, что роль крупных сетей будет расти, а продажа и установка будет осуществляться отдельно.
3. По словам продавцов, спрос на спутниковое ТВ есть. **Главными барьерами для покупателей являются низкая осведомленность и стереотипы по отношению к спутниковому ТВ** (все бесплатно), а также мнение о **дороговизне имеющихся предложений**.
4. У потребителей нет проблем с нахождением места продажи спутникового оборудования / подписки на платное ТВ (как правило, по личной рекомендации)
5. Большинство потребителей и дилеров **предпочитают каналы открытого доступа или пиратские карточки**.
6. Многие потребители считают, что спутниковое ТВ слишком сложный продукт, поэтому предпочитают решения **«все включено»** (покупка оборудования, подписка и установка в одном месте)

Спасибо за внимание!



The Quality Link