

УДК 339.1

АНАЛИЗ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

МАРДИЕВ АЛЬБЕРТ РУСТАМОВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Аннотация: Данная статья описывает анализ рынка бытовой техники и электроники, где отражены основные тенденции развития данной отрасли. Проведена оценка спроса на рынке бытовой техники и электроники, определены тенденции и факторы, влияющие на деятельность участников рынка.

Ключевые слова: анализ рынка, бытовая техника и электроника, спрос, розничная торговля, онлайн, продажи.

ANALYSIS OF THE HOME APPLIANCE AND ELECTRONICS MARKET

Mardiev Albert Rustamovich

Abstract: This article describes the analysis of the market of household appliances and electronics, which reflects the main trends in the development of this industry. An assessment of demand in the market of household appliances and electronics was carried out, trends and factors affecting the activities of market participants were determined.

Key words: market analysis, household appliances and electronics, demand, retail, online, sales.

В современном мире уже трудно представить себе человека, который бы не использовал различную бытовую технику или просто смартфон. Быстроразвивающиеся сегменты разных отраслей, позволяют человеку всё глубже и активнее входить в современную реальность, где на первый план выходит глобализация цифровых технологий, IT, искусственного интеллекта. Данные тенденции ведут к усовершенствованию всех отраслей и рынков. В данной статье будет проанализирован рынок бытовой техники и электроники (далее БТиЭ), без которого представить жизнь человека уже невозможно.

Цель анализа рынка БТиЭ – проанализировать динамику рынка, его объёмы, представителей рынка, его привлекательность. Выделить основные тенденции в прошедшем году и сложившееся, которые будут приоритетом в текущем. Определить конкурентные преимущества и ключевые факторы успеха для представителей рынка БТиЭ.

В первую очередь, необходимо рассмотреть влияние самых важных факторов, влияющих на экономику, рынки и потребителей.

Первый фактор – это пандемия. В 2021 году, она уже второй год, как влияла на ограничения и замедления рынка, а также на потребительское поведение и его предпочтение. Второй фактор – это санкции, которые ограничивают экономическое развитие. Третий фактор – это дефицит, на который повлияла пандемия, ввиду приостановления заводов, а также торговые войны.

Все эти факторы конечно же, напрямую влияют на стоимость сырья и его удорожание. По итогам 2021 года и данным от аналитической компании Gfk, сильно выросла цена на алюминий, литий, сталь и нефть (рис. 1) [1].

В последующем, это приводит к росту цен на конечные продукты. Результатом этого послужил высокий спрос и ограниченное предложение, дефицит, созданный всеми вышеперечисленными, а также природными факторами.

Цены / темпы роста, Рост год к году

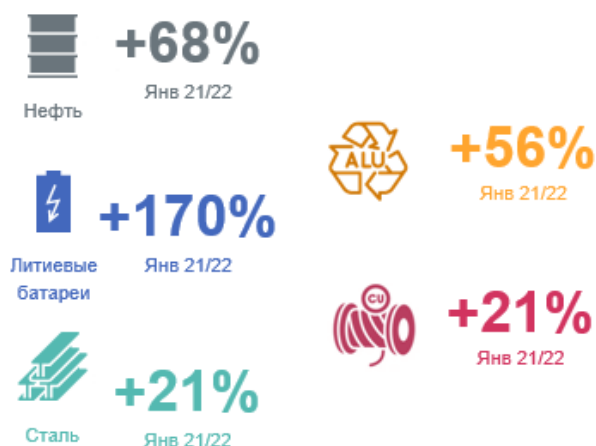


Рис. 1. Темпы роста цен на основные производные продукции, в процентах

Затрагивая оборот отрасли розничной торговли, куда входит рынок БТиЭ, в 2021 году он показал рост 7% к 2020 году и составил 39,2 триллионов рублей [2]. Непродовольственные товары, в силу высокого спроса и дефицита, позволили показать рост общего оборота на 11,6%. Продовольственные товары в общем обороте розничной торговли по итогам 2021 года занимают 47%, непродовольственные 53%. Рынок БТиЭ за 2021 год показал прирост в денежном выражении 17,8%, и 1,3% в натуральном (рис. 2).



Рис. 2. Прирост в 2021 году непродовольственных товаров, в процентах

Стоит рассмотреть так же структуру объема рынка БТиЭ. Несмотря на сложные условия, вызванные пандемией, рынок продолжил расти. С 2019 года по 2021, рынок БТиЭ вырос на 45% в относительном выражении. В денежном выражении прирост составил 277 млрд. руб. При этом в 2021 году не произошло значительного прироста оборота рынка в штуках, он составил +1,3%, но денежный оборот показал прирост +18% по отношению к 2020 году (рис.3).

Такие показатели свидетельствуют об увеличении цены продажи товара на рынке БТиЭ на 17%. Наибольшую долю в объеме продаж рынка БТиЭ занимает сегмент Телеком. На данном примере можно хорошо проследить, что образовавшийся дефицит, спровоцировал снижения продаж в количественном выражении -7%, но при этом показал значительный прирост в денежном и составил +22% по отношению к 2020 году. Однако подорожание средней цены произошло на 31%. В силу того, что в сегменте Телеком наибольшую долю продаж занимают смартфоны, такое увеличение средней цены связано именно с удорожанием средней цены продажи смартфона с 18 539 руб. до 24 244 руб., или на 31% в относительном выражении. Наибольший прирост по соотношению в натуральном и денежном, показал сегмент МБТ. За 2021 год продажи в штуках и денежном выражении увеличились на 19%. Средняя це-

на продажи выросла на 2%, что напрямую отразилось на количестве продаж данной категории. В силу влияния пандемии, люди стали больше времени проводить дома, работать удалённо, что сказывается на увеличенных продажах данной категории. Тренды на здоровый образ жизни, роботизация среды обитания, технологичное обустройство быта – это неотъемлемые части повседневной жизни, которые открывают новые возможности для процветания категории малой бытовой техники.



Рис. 3. Динамика и структура рынка БТиЭ, в процентах

Пандемия привела к кардинальным изменениям в мире, повлиявшим на цифровое поведение. Одним из драйверов продаж остаётся интернет и его стремительное проникновение. На конец 2021 года проникновение интернета составляет 85%, или 124 миллиона жителей России. Так же, как отмечает Gfk, огромный рост произошёл среди пользователей социальных сетей и составил +51% к 2019 году. Это не могло не сказаться на увеличении продаж в интернете. В 2021 году, доля онлайн продаж на рынке БТиЭ приблизилась к 50% и составила 45%. По отношению к 2020 году, прирост составил +24%. Топ 3 магазинов по доле онлайн продаж занимают Wilberries, OZON, DNS. При этом в 2021 году в тройку лидеров вошёл DNS, сумев нарастить оборот в онлайн продаж на 41%, сместив на одну строчку своего конкурента – Ситилинк, который нарастил оборот лишь на 24% (табл. 1) [2].

Таблица 1

Топ 5 российских интернет магазинов

Место	Магазин	Категория	Онлайн-продажи, млн руб.	Рост онлайн-продаж, %
1	wildberries.ru	универсальные магазины	805 700	95
2	ozon.ru	универсальные магазины	446 700	12
3	dns-shop.ru	электроника и техника	185 300	41
4	citilink.ru	электроника и техника	163 400	24
5	mvideo.ru	электроника и техника	132 600	15

Партнёр аналитической компании Data Insight Борис Овчинников, связывает успех компании DNS с его расширением географии в 2021 году [3]. По итогам года компания нарастила количество магазинов на 20% в относительном выражении и 2789 точек в натуральном выражении, более чем в 1000 городах России, что позволило показать высокий прирост по продажам в онлайн магазине, за счёт представленности компании в небольших городах, где нет высокой конкуренции. При этом по прогнозам на 2022 год, рейтинг может значительно измениться среди розничных ритейлеров представленных в интернете. Поскольку текущая ситуация с нарушениями логистических цепочек, ограничений на ввоз тех-

ники, уход или приостановление поставок крупных производителей, финансовая составляющая ритейлеров и снижение покупательской способности населения, в любом случае отразится на рынке онлайн продаж.

Рост проникновения и предложения влияет на конкурентность, и чтобы выделиться на фоне всех участников рынка, для удовлетворения потребности потребителей и их привлечения, ритейлеры должны использовать разные сильные стороны. Необходимо проанализировать, что на текущий момент является главным фактором выбора ритейлера для потребителя. По данным аналитической компании Gfk, наибольшую ценность для покупателя представляет цена, проведение акций. На втором месте удобство и на третьем наличие товара на складе (рис 4).

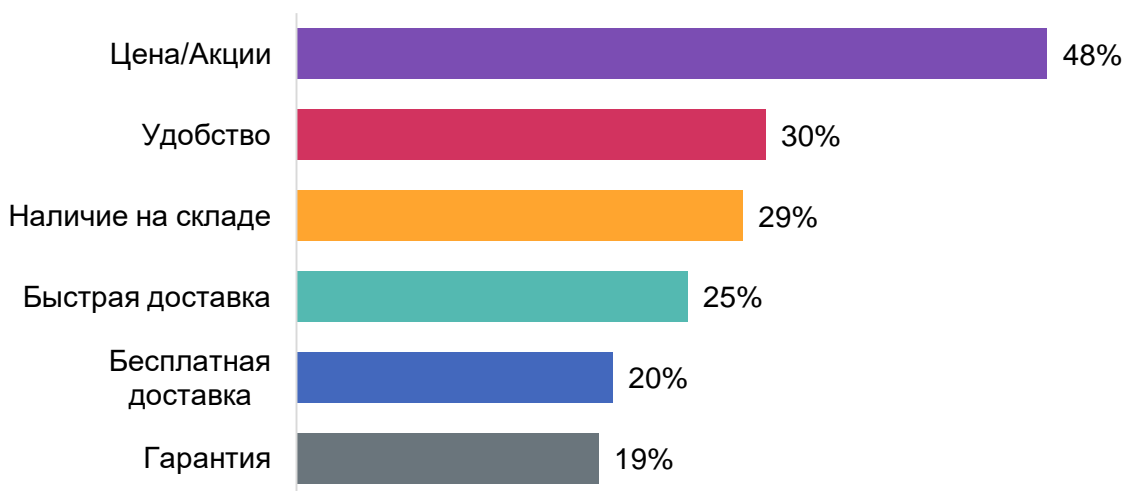


Рис. 4. Факторы, влияющие на выбор потребителя, в процентах

На текущий момент на рынке БТиЭ на федеральном уровне выделяют 3 крупных ритейлера розничной торговли:

- 1) М-Видео/Эльдорадо;
- 2) DNS;
- 3) RBT.

Стремительно развивается сеть компаний Ситилинк. Wildberries и Ozon, уже заняли свою серьезную нишу в БТиЭ и начинают привносить новые правила в продажи на рынке. Растущая доля онлайн продаж, выводит эти компании на первый план и заставляет розничные торговые сети наращивать инвестиции в онлайн каналы.

Стоит рассмотреть бренды, которые чаще всего выбирали покупатели на рынке БТиЭ (рис. 5) [4].



Рис. 5. Самые популярные бренды у покупателей в 2021 г.

Текущая геополитическая обстановка создала трудности для рынка БТиЭ на уровне развития пандемии 2019-2020 гг., но беспрецедентные по своей неопределённости. Если пандемия ударила по всему мировому рынку, то текущая неопределённость и непонимание в дальнейшей стратегической перспективе, могут принести колоссальные убытки для рынка БТиЭ. Крупные производители уходят с рынка России на неопределённый срок, останавливая свои производства и прекращая поставки официальной продукции. Те бренды, которые остались, столкнулись с удорожанием логистики и прочих издержек, влияющих на конечную стоимость товара. Со стороны государства для поддержания рынка, вводятся различные меры поддержки.

В связи с тем, что в феврале и марте, ввиду боязни обесценения покупательской способности денег многие начали скупать технику, в ближайшем будущем, в связи с насыщением рынка, можно прогнозировать спад продаж ниже уровня 2021 года. По данным Gfk, на 14 неделе 2022 года, рынок БТиЭ уже показывает снижение продаж на 19,2% по сравнению к аналогичному периоду 2021 года. По мнению замглавы Минпромторга Виктора Евтухова, колоссальный дефицит не грозит рынку БТиЭ [5]. Запасов уже закупленных ранее товаров, по его мнению, хватит минимум до осени.

В связи с укреплением национальной валюты, можно рассматривать логичный сценарий – снижение цены продукции. Однако важно понимать, что цены максимум вернуться на уровень февральских значений, когда ритейлеры подняли цены на 20-30%. Связано это с тем, что несмотря на укрепление рубля, логистика, хранение и прочие влияющие факторы на цену товара значительно выросли. Производители не могут продавать свою продукцию ритейлерам по отгрузочным ценам меньше февральских значений в силу вышеперечисленных факторов. Соответственно в сложившейся ситуации, понижение цены ниже уровня февральских значений не выглядит реалистичным вариантом [6].

Легализация параллельного импорта может принести ряд проблем для рынка [7]. Первое – это удорожание конечной цены, в силу увеличения цепочек поставки товара на полку до конечного потребителя. Второе – это проблемы с гарантийным обслуживанием. В большинстве случаев, всё гарантийное обслуживание, представляет сам производитель, либо напрямую, либо через партнёров, ритейлеров, сервисных центров. Третье – данный процесс не отлажен и не систематизирован. Для крупных ритейлеров, которые занимают наибольшую долю на рынке, данный способ будет носить больше минусов, чем плюсов.

Некоторые игроки на рынке уже стараются адаптироваться под реалии рынка. «Мегафон» совместно с сетью «Связной» запускают формат по выкупу старой техники и дальнейшей её перепродаже [8]. Это гибридный подход, который необходим в условиях дефицита продукции. Это позволяет компании адаптироваться под изменяющиеся реалии рынка и сохранить оборот.

Подводя итог, выделим ключевые тенденции:

1) Консолидация розничной торговли теперь направлена на создание возможностей для цифровизации. Растущее проникновение интернета и мобильной связи будет способствовать дальнейшему развитию этой тенденции.

2) Ритейл «без автомобилей». Магазины у дома, консолидация компаний в одном пункте выдачи, ограничения, связанные с пандемией – прививают потребителю тенденцию совершению покупок в шаговой доступности.

3) Гибридное будущее: компании продолжают оптимизацию рабочих процессов и переход на смешанный формат работы дом/офис. На текущий момент 6,5% (3,5 млн.) от общего количества занятого населения России работают удаленно.

4) Уход с рынка России крупных брендов, должен побудить ритейлеров к созданию предложения, закрывающего потребность потребителя в данном сегменте.

Эти тенденции будут способствовать развитию дальнейшего спроса на умные и многофункциональные продукты. Учитывая сложившуюся геополитическую обстановку, важно так же в ближайшей перспективе наладить поставки продукции, закрывающие основные потребности большинства потребителей, чтобы не упустить возможную прибыль. Когда спрос снова вернётся, лучшее предложение по соотношению цены и качества, будет самым приоритетным вариантом для покупателя.

Список источников

1. Официальный сайт «Gfk» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.gfk.com/ru/insights> (06.05.2022)
2. Официальный сайт «Росстат» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (06.05.2022)
3. Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://top100.datainsight.ru> (06.05.2022)
4. Сеть DNS впервые с 2017 года вошла в тройку крупнейших онлайн-ритейлеров России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2022/04/28/920142-set-voshla-v-troiku> (07.05.2022)
5. Самые популярные бренды электроники в России по итогам 2021 года — Apple, Samsung, LG, Redmi и HP [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.ixbt.com/news/2022/01/12/2021-apple-samsung-lg-redmi-hp.html> (07.05.2022)
6. В России бытовой техники хватит минимум до осени [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://rg.ru/2022/04/26/v-rossii-bytovoj-tehniki-hvatit-minimum-do-oseni.html> (08.05.2022)
7. Россиянам рассказали, что будет с ценами на электронику при дешёвом долларе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://secretmag.ru/news/rossiyanam-rasskazali-cto-budet-s-cenami-na-elektroniku-pri-deshyovom-dollar-05-05-2022.htm> (08.05.2022)
8. Как изменятся цены на технологические товары из-за параллельного импорта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/464985-kak-izmenatsa-ceny-na-tehnologiceskie-tovary-iz-za-parallel-nogo-importa> (08.05.2022)
9. Магазины электроники запустили программы по выкупу техники для перепродажи [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://ria.ru/20220411/tekhnika-1782874782.html?in=t> (08.05.2022)