

[← Назад](#)

Бытовая техника уходит на второй план

Наталья Ищенко

30 января 2009 года, 09:32 // [Потребрынок](#), [бытовая техника](#), [Кризис](#), [Кризис в России](#), [розничные продажи](#), [Россия](#), [электроника](#)



Магазин бытовой техники. Фото: Александр Беленький/BFM.ru

В отличие от продуктовых ритейлеров, продавцы бытовой техники не могут рассчитывать на господдержку. Покупателю же в условиях кризиса все труднее решиться на приобретение новых пылесосов или плазменных панелей.

В целом розничный товароборот дорогостоящей и импортной продукции в Москве снизился, — это констатируют и независимые эксперты, и чиновники, и сами ритейлеры. В основном это произошло из-за ослабления курса национальной валюты. «Импортные товары будут и дальше дорожать, так как больше стали стоить кредиты для закупки товаров. Да и поставщики увеличивают цены. Это подталкивает нас к тому, чтобы производить свои товары взамен импорту», — утверждает руководитель московского департамента потребительского рынка и услуг Владимир Малышков.

Впрочем, импортная бытовая техника занимает около 80% в ассортименте магазинов, и зачастую заменить ее российскими аналогами просто невозможно. «Если среди крупной бытовой техники, например холодильников, довольно много российской сборки, то в мелкой высокотехнологичной цифровой технике почти все — импортная продукция», — подтвердил BFM.ru директор по связям с общественностью Российской ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК) Антон Гуськов.

Пока цены на бытовую технику относительно стабильны, — рассказал BFM.ru вице-президент по стратегии торговой сети «Техносила» Леонид Тюкавкин: «Но в ближайшем будущем цены на новые поставки от наших вендоров должны увеличиться, ведь абсолютное большинство ассортимента наших товаров производится в зоне доллара и евро. Соответственно, пропорционально вырастут и розничные цены». Другой ритейлер — сеть «Эльдорадо» — уже в феврале ждет по тем же причинам подорожания всех видов техники на 10-20%.

Но в то же время многие крупные международные производители для стимулирования спроса снижают отпускные цены, — отмечает Антон Гуськов из РАТЭКа. Ритейлеры, по его словам, в свою очередь, также не заинтересованы в росте цен и, скорее, будут оптимизировать свою работу, логистику, управление и другие торговые процессы, чтобы не поднимать цены. «Пока же массового снижения цен нет, как нет и покупательской активности», — констатирует эксперт. После пиковых продаж в ноябре-декабре рынок «замер».

«Прежде всего падает спрос на крупную и дорогую бытовую технику, покупка которой может подождать. Это LCD и плазменные телевизоры, hi-fi и тому подобное. Упали продажи и устройств не первой необходимости, например, массажеров, увлажнителей, соляриев», — говорит Евгения Пармухина из исследовательской компании Research.Techart. Также это заметно на примере товаров, которые появились в период начала 2000-х: винные шкафы, сушильные камеры, дорогие модели стиральных машин и холодильников, — подтверждает PR-менеджер «Эльдорадо» Антон Пантелеев. Более или менее защищены сегменты «привычной», «необходимой» техники — электрические чайники, СВЧ-печи, стиральные машины и т. п. Однако как и во многих других сегментах потребительского рынка, спрос будет смещаться в более дешевую (бюджетную) категорию, — считают в Research.Techart.

Смещение спроса в дешевый сегмент приведет к повышению интереса среди ритейлеров к китайской, российской, белорусской технике, а значит, к изменению ассортимента торговых точек, — говорят эксперты Research.Techart. «Однако основные поставки и так идут из Китая и стран ЮВА, где в основном происходит сборка. Поэтому каких-то «прорывов», например, китайских брендов мы не ждем, скорее, свои позиции могут несколько укрепить российские производители, ориентирующиеся на недорогие модели», — считает аналитик «Финанс Менеджмента» Максим Клягин. Например, по итогам 2008 года производство бытовых холодильников и морозильников в России выросло на 3,6%. Вполне возможно, что в 2009 году сохранятся позитивные темпы роста, — говорит Максим Клягин.

Однако общее снижение спроса может послужить одной из причин оптимизации бизнеса и закрытия неэффективных торговых объектов. «Вероятно, в 2009 году большинство ритейлеров в данной сфере вообще продемонстрирует отрицательные темпы физического роста, открыв существенно меньше магазинов, чем в 2008», — предполагает Максим Клягин.

На данный момент, крупные федеральные ритейлеры уже начали «оптимизировать» свою региональную сеть. Количество магазинов сети «Мир» в Татарстане, например, к январю 2009 года сократилось с четырех до одного, «Телемакс» приостановил расширение сети супермаркетов электроники и закрыл магазины в Пскове и Таганроге. О закрытии одного из своих магазинов в Липецке сообщила торговая сеть «Эльдорадо». Впрочем, не ясна судьба всей сети «Эльдорадо» — сделка по покупке 100% ее активов финансовой группой PPF на данный момент изучается в ФАС. Как ожидается, 35-40% сети достанутся итальянскому страховщику Generali Group.

URL: <http://bfm.ru/articles/2009/01/30/bytovaja-tehnika-uhodit-na-vtoroj-plan.html>