Предмет «Экономика отраслевых рынков»

# Тема: «Крупная бытовая техника»

Ольховенко Е.А.

4 курс

г. Москва

Рынок крупной бытовой техники, как и любой другой, который относится к сфере FMCG (Fast More Consumer Goods), напрямую зависит от экономической ситуации в стране. Рынок крупной бытовой техники можно разделить на две составные части – отдельно стоящая и встроенная бытовая техника. В свою очередь здесь можно выделить несколько продуктовых групп: к отдельно стоящей технике - холодильники, стиральные и посудомоечные машины, плиты и т.д.; к встроенной технике – также холодильники, стиральные и посудомоечные машины, вытяжки, духовки и т.д. У каждой составной части есть свои особенности развития, так, например, рынок отдельно стоящей техники на данный момент в России является наиболее динамично развивающимся.

До начала 90-х годов на рынке преимущественно преобладали марки российских производителей. В начале 90-х на рынок вышли иностранные производители бытовой техники. Российский рынок динамично рос в основном в крупных городах, таких Москва и С.-Петербург. В то время покупка бытовой техники иностранных марок - было прежде всего ради имиджа и престижа, именно поэтому размеры рынка были незначительными.

После кризиса 1998 года рынки товаров длительного спроса (в том числе и бытовой техники) находились в достаточно плачевном состоянии, многие западные производители на время свернули свои программы продвижения в России, поскольку считали нецелесообразным инвестировать в рынок. Это продолжалось недолго, уже с середины 1999 года начался так называемый эффект импортозамещения, который привел к возрождению отечественного производства как крупной, так и мелкой бытовой техники. Возобновили работу заводы по выпуску холодильников «Бирюса» и «Позис», получили новый импульс многие заводы по производству бытовых плит – торговые марки «Де люкс», «Лысьва», «ЗВИ» и другие. Был построен завод по производству бытовых плит под торговой маркой «Дарина». А лидеры этого рынка – заводы «Стинол», «Атлант» и «Брестгазоаппарат» - нарастили объемы производства (имея загрузку мощностей от 80% до 100%). На основании последних маркетинговых исследований рынок товаров длительного спроса, в том числе бытовой техники, в 2001 году вырос на 7-10%, и будет расти по прогнозам до 2004 года (в среднем на 7-8% в год).

Рост рынка холодильников в нынешнем году, возможно, достигнет 20%. Особенно активно развивается сегмент добротной и относительно недорогой техники, который представляют такие отечественные марки, как «Стинол», «Атлант», «Мир», «Бирюса» и т.д.

Совсем иная ситуация в сегменте бытовых газовых плит – на них заметно вырос спрос, поскольку в большинстве российских домов плиты сильно обветшали и требуют замены. Из серьезных игроков в данном сегменте можно выделить следующих производителей: Белорусско-российское АО «Брестгазоаппарат» г. Брест (газовые и электрические плиты «Гефест»), ОАО «Дарина» г. Чайковский (газовые плиты «Газмаш-Дарина»). Ряд предприятий исчерпал свои производственные мощности, другие получили шанс существенно увеличить свои объемы и присутствие на отечественном рынке (это касается торговых марок «Дарина» - возможный рост от 30-70%, а также «Де люкс» - рост объемов на 20-50%). В то же время на растущий рынок нацелен ряд западных производителей – компания «Мерлони» успешно продвигает на российский рынок плиты торговой марки «Индезит» польской сборки. Другие компании, в частности, турецкая фирма «Веко» распространяет свою продукцию через создаваемую дилерскую сеть, ориентируясь на ценовую нишу между лучшими отечественными марками и марками известных западных фирм, причем применяются достаточно смелые дизайнерские решения. Турецкая фирма «Тева» планирует организовать сборочное производство в России. Есть информация о других производственных проектах западных производителей в России, но она пока не подтверждается официальными источниками. Если все прогнозы сбудутся, то рынок бытовых газовых плит в 2002 году может вырасти на 30-50%.

Ноябрьский индекс потребительских настроений (ИПН) снизился с 97,0 в сентябре до 93,3 в ноябре. Реже появляется у россиян желание совершать крупные покупки: в ноябре индекс крупных покупок упал до 4,5%. Учитывая, что динамика этого показателя опережает динамику продаж на 3-4 месяца, реальное снижение потребительского спроса следует ожидать в марте-апреле 2002 года. При этом особенно заметное падение может произойти в низко ценовых нишах, спрос же на товары, предназначенные для обеспеченных граждан, останется, скорее всего, стабильным.

В 2002 году ожидается рост рынка стиральных и посудомоечных машин. Это связано в первую очередь с заменой существующего парка, поскольку основной пик покупок пришелся на 1994-95 годы, а срок службы составляет в среднем 7-8 лет. Кроме того, финансовые возможности покупателей улучшились, и теперь подобная продукция считается не роскошью, а предметом первой необходимости. Данный сегмент полностью насыщен импортом, из отечественной продукции можно отметить присутствие торговых марок «Вятка» и «Ока», которые занимают не более 2-3% рынка.

Существенный рост спроса наблюдается на рынке встроенной техники. В 2001 году этот сегмент вырос в два раза, здесь уверенно чувствуют себя западные производители, которые предлагают широкий спектр дорогих предметов встроенной техники – от варочных поверхностей до больших холодильников. Отечественные производители пока отстают в этом отношении – однако, уже появилась информация о том, что в нынешнем году некоторые заводы по выпуску бытовых плит запустят в серийное производство встроенные духовки и варочные поверхности. Борьба за этот рынок будет продолжена в течение всего года, по прогнозам, он вырастет в 2 - 2,5 раза, и спрос в этой нише будет достаточно стабильным.

Кроме того, по оценке Госкомстата, денежные расходы населения России на покупку потребительских товаров и услуг в 2001 году составили 131,7% по отношению к 2000 году. На Украине – 132,7%, а в Белоруссии расходы увеличились в два раза.

*Производство важнейших видов промышленной продукции в Центральном федеральном округе по данным Госкомстата:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **2001 г.** | **Декабрь 2001 г. в % к декабрю 2000** |
| Машины стиральные | 210 тыс. штук | 117,3 |
| Машины кухонные универсальные бытовые | 88,6 тыс. штук | 199,3 |
| Электропылесосы | 244 тыс. штук | 61,5 |
| Холодильники и морозильники бытовые | 1,1 млн. штук | 137,6 |
| Телевизоры | 708 тыс. штук | 116,7 |

Список использованной литературы

1. Журнал «Альманах», выпуск №5, апрель 2002 г.
2. Журнал «Технопарк», выпуск №2
3. Журнал «Технопарк», выпуск №4