

## Решение

заседания Комитета по развитию потребительского рынка Торгово-промышленной палаты Мурманской области по вопросу **«Потребительский рынок электроники в Мурманской области. Состояние и перспективы развития.»**

г. Мурманск

14.06.2018г

На российском рынке представлены различные форматы торговли электроникой и бытовой техникой. Продажа телефонов, фототехники и других мелких гаджетов осуществляется в салонах связи и небольших отделах магазинов («Связной», «Евросеть» и др.). Бытовая техника активно продается и в сетях гипермаркетов, ориентированных на продажу продуктов питания и товаров для дома. Крупнейшими же игроками на рынке розничной торговли бытовой техникой и электроникой признаны такие компании, как «М.Видео», «Эльдорадо», «Техносила», «MediaMarkt», «Мир техники».

Состояние рынка электронной продукции и ее востребованность отражает потребность общества в средствах коммуникации и бытового комфорта в условиях ускоряющегося темпа жизни.

После кризисного 2015 года в 2016 года рынок начал постепенно стабилизироваться. За 2017 год продажи бытовой техники показали рост на 6% как в денежном выражении, так и в натуральном. Положительная динамика свидетельствует о восстановлении спроса, но покупатели меньше совершают спонтанные покупки, больше внимания уделяют доступным скидкам, кэшбэк-предложениям от ритейлеров, в кредитных программах отдают предпочтение рассрочке. В целом рынок можно охарактеризовать как стабильный, перешедший в стадию нормализованного спроса.

Самыми динамичными товарными категориями в 2017 году стали смартфоны, аксессуары к ним и сегмент развлечений. Таким образом, цифровые товары — это точка роста для всего рынка и то, на чём будет концентрироваться рынок весь 2018 год. Так, компания М.Видео заложила основу для развития этого сегмента, открыв салоны m\_mobile с расширенным цифровым ассортиментом в магазинах сети по всей стране, нарастив ИТ-базу, применив экосистемный подход в продажах. Все это позволило активно наращивать присутствие в сегменте цифровой техники, привлекать новую, молодую аудиторию и выигрывать в борьбе за клиентов.

Телеком-сегмент в 2017 году продолжил интенсивный рост и стал одним из основных драйверов рынка электроники. Год стал рекордным по спросу на смартфоны. Удачные технологические и дизайнерские решения 2017 года уверенно переходят в 2018 год: безрамочный экран уже используют многие производители, в этом году в портфолио каждого производителя будет устройство без рамок. По прогнозам, категория продолжит развиваться с позитивной динамикой.

Рынок наушников в 2017 году почти вдвое ускорил темпы роста относительно 2016 года. Причем основным драйвером стали Bluetooth наушники, в том числе спортивные. Этот тренд связан с динамичным развитием категории смартфонов и уходом ряда производителей от стандартного разъема для наушников. Как следствие, растет спрос на связанные со смартфоном гаджеты, в том числе на наушники, особенно беспроводные. Можно ожидать, что Bluetooth технология продолжит развиваться во всех сегментах наушников. В 2017 году средняя цена на наушники выросла на 10-12% за счет роста популярности более дорогих и технологичных устройств — беспроводных и спортивных наушников.

Сегмент компьютерной техники, который включает в себя настольные компьютеры, ноутбуки, МФУ, мониторы и принтеры, показал позитивную динамику. Причем все категории либо

сохранили показатели прошлого года, либо показали прирост. Одной из точек роста стал сегмент техники для домашнего офиса (мониторы, лазерные МФУ и принтеры). В частности, очень позитивно по итогам года выглядят результаты больших мониторов с диагональю свыше 22 дюйма. Также позитивную динамику демонстрируют ноутбуки с большими экранами, которые приобретают на замену десктопам (классическим компьютерам).

Лидером на рынке ноутбуков в 2017 году по продажам стал Lenovo. Прирост по году показали HP и ACER. Результаты этих брендов можно связать с развитием геймерского направления. Сегмент игровых ноутбуков продолжил интенсивный рост. Продажи выросли в 1,5 раза. Набирающий обороты гейминг также стимулирует рынок игровых лэптопов. Продажи игровых ПК занимают уже 15% оборота категории ноутбуков.

В 2017 году продолжился тренд к сужению российского рынка фототехники. В целом продажи сократились на 32%. Рыночный спрос продолжает концентрироваться на профессиональных и премиальных моделях. Позитивную динамику на рынке демонстрирует категория системных фотокамер — прирост в денежном выражении относительно 2016 года составил 12,5%.

Трендом последних лет остаются экшн-камеры, которые демонстрируют рост на протяжении последних 4-х лет. В 2017 году в сегменте фото-видеотехники около трети всех продаж пришлось на экшн-камеры. Средняя цена на экшн-ассортимент снизилась на четверть по сравнению с 2016 годом и составила 8 900 рублей, что стало историческим минимумом для данного сегмента электроники.

Что касается бытовой техники: рынок телевизоров в 2017 году был достаточно стабильным. При позитивном росте количества продаж, в денежном выражении рынок остался на уровне прошлого года, в первую очередь, за счет снижения средней цены.

Основным трендом на рынке телевизоров является рост спроса на большие диагонали от 45 дюймов. Их продажи выросли на 20%. Также продолжает наращивать долю технология Smart TV, позволяющая смотреть практически любой контент в удобное время. Около половины телевизоров поддерживают выход в интернет. Более того, набирают популярность устройства с разрешением Ultra HD (4K) — производители удешевляют технологию и реализуют его в устройствах среднего ценового сегмента до 51 000 рублей.

Лидерами рынка остаются Samsung, LG и Sony. Их совокупная доля сохраняется на уровне 80% в денежном выражении и 65% в количественном. В то же время у покупателей есть возможность выбора: на рынке представлено еще более 10 брендов, в том числе растет спрос на японские марки: Sharp и Panasonic.

В 2017 году рынок малой бытовой техники остался на уровне показателей аналогичного периода прошлого года в денежном выражении, а количественный прирост составил 7,5%. Рост спроса на малую бытовую технику был вызван как общим восстановлением рынка, так и снижением средней цены на ряд категорий на 5% и более. Наиболее трендовыми группами и категориями на рынке остаются кофемашины, товары для красоты, парогенераторы и кухонные машины. В 2017 году рынок техники для приготовления кофе продолжил уверенный рост — продажи увеличились на 12%. Автоматические кофемашины являются одним из драйверов этой категории. Их продажи показывают положительную динамику.

Прошедший год был стабильным для категории крупной бытовой техники. Средняя цена снизилась на 8%. В результате, денежные продажи остались на уровне аналогичного периода прошлого года, либо выросли незначительно, в то время как в количестве рынок показал положительную динамику. Рынок развивается за счет бюджетного ценового сегмента — прирост в нем составил 21% в денежном выражении. Интернет продажи крупной бытовой техники возросли на 1,5% в денежном выражении и на 12% в количественном.

Продажи стиральных машин на рынке крупной бытовой техники в денежном эквиваленте растут замедленными темпами относительно количественных продаж. Только продажи компании «М.Видео» в денежном выражении растут в два раза быстрее рынка.

Рынок холодильников отражает те же тренды, что и на рынке крупной бытовой техники в целом — денежные продажи сокращаются на фоне снижения средней цены, а количественные продажи по той же причине растут.

Продолжает расти интерес потребителя к сегменту носимой электроники. В 2017 году рынок носимых гаджетов, который включает смарт-часы и смарт-браслеты, вырос вдвое в денежном выражении и более чем в 2,5 раза в объеме. Наиболее интенсивно развивался сегмент смарт-браслетов. Учитывая текущую динамику, предполагается, что перспективы для дальнейшего развития рынка в 2018 году сохранятся.

Средняя цена сократилась примерно на 10% до 22 000 рублей за счет снижения цен на предыдущую линейку Apple и расширения присутствия недорогих В-брендов. 80% рынка в этом сегменте контролируют компании Samsung и Apple. Остальную часть делят между собой множество В-брендов, имена которых пока мало известны российским покупателям. Наиболее успешны из них Cyber, KREZ, Mykronoz, Prolike, Iwown — все они продемонстрировали более чем двукратный рост. В основном эти бренды играют в ценовом сегменте до 10 000 рублей.

Смарт-браслеты сохраняют высокую позитивную динамику. По итогам 2017 года продажи браслетов выросли в 2,5 раза в денежном выражении и 3,5 раза в количественном. Средняя цена снизилась по сравнению с 2016 годом на четверть до 2 600 рублей. Соотношение сил производителей в этом сегменте совсем иное: ведущую роль здесь играют В-бренды. Основной игрок — Xiaomi, на него приходится более половины купленных браслетов. Активно развивающаяся ниша — недорогие браслеты для детей и пожилых людей, такие как Кнопка жизни, Elari, Smart Baby Watch. Такие устройства занимают более 20% объема рынка смарт-браслетов. Для сравнения, спрос на такие социально полезные устройства в 2016 году был заметно ниже, суммарная доля игроков находилась на уровне 5-6%.

Активно растет бюджетный ценовой сегмент до 10 000 рублей. Именно здесь сконцентрирована основная группа В-брендов — около 10 производителей. В общем объеме рынка эти игроки пока имеют небольшой вес, но постепенно наращивают влияние: год к году продажи часов до 10 000 рублей в количественном выражении выросли в 3 раза.

Бытовая техника и электроника постепенно переключается на онлайн-канал. Онлайн-продажи продолжают расти на фоне отложенного спроса и роста доступности потребительских и ипотечных кредитов. В денежном выражении по итогам 2017 года этот сегмент вырос на 12%. Офлайн-рынок техники пока в четыре раза крупнее, но и растет медленнее — всего на 6%. Самый большой рост онлайн-продаж электроники и бытовой техники достигнут на Урале и Дальнем Востоке — 33%.

Компании «М.Видео» и «Эльдорадо», перед своим слиянием, подвели итоги развития российского рынка ноутбуков за первый квартал 2018 года. Количество продаж ноутбуков в январе-марте 2018 года выросло почти на 9% и на 20% в денежном выражении. Динамика рынка в натуральном выражении почти вдвое выше, чем в прошлом 2017 году, в денежном выражении рынок ускорился в шесть раз.

На территории Мурманской области реализацию электронной продукции осуществляют компании М.Видео, ООО «Нортех»-Техноцентр, Северо-Западный ООО «ДНС-Ритейл», Северо-Западный ООО «Евросеть-Ритейл», Группа компаний «Сотэлит», NB Com Group представлена сетью салонов «Sony centre» и «Samsung». Данные о компаниях, руководителях получить очень сложно, так как компании неохотно идут на контакт. Продавцам запрещено давать информацию о руководителях, их телефонах. Работает, так называемая, «обратная связь» на сайтах компаний, которая на деле таковой не является, так как для того, чтобы обратиться к эфимерному руководителю необходимо указать имя, электронный адрес, телефон, место проживания и отправить все это в пустоту. Вам ответят, что Ваше обращение отправлено руководству, а дальше ничего не происходит.

Исключением из этого ряда является компания М.Видео, контакт осуществляется оперативно и по существу. Очевидно, что компания пришла на рынок всерьез и надолго, менеджмент компании четко понимает свои задачи.

Участники заседания, обсудив состояние и перспективы развития потребительского рынка электроники в Мурманской области, необходимость совершенствования взаимодействия компаний с потребителями и обществом в целом, приняли решение:

**Рекомендовать руководителям филиалов «Северо-Западный» ООО «ДНС-Ритейл», ООО «Евросеть-Ритейл»:**

- повысить качество профессиональной подготовки специалистов по продаже электронной продукции, управляющих сетей и администраторов в магазинах и салонах, реализующих электронную продукцию ;
- ввести в практику работы осуществление периодической оценки качества обслуживания потребителей на основании книги отзывов и предложений покупателей, записей в контрольном журнале контролирующих органов и оценки деятельности сотрудников руководителями структурных подразделений и разработку системы качества предприятия;
- обеспечить открытость работы сетей путем размещения на сайтах контактной информации о руководителях (управляющих), через участие в работе Круглых столов, организуемых органами власти и общественными организациями, комитете по развитию потребительского рынка при Торгово-промышленной палате Мурманской области и других формах общественного взаимодействия.