

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКОВ ЭЛЕКТРОНИКИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ

Герасимов К.Б., Демин А.В.

*Российская Федерация, г. Самара,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева*

Аннотация. В статье проведен анализ международного рынка электроники и бытовой техники. Охарактеризован процесс закупочной деятельности в пределах внутреннего рынка и международных закупок. Показано сравнение структуры глобального и российского рынка бытовой техники и электроники. Обозначены проблемы российского рынка при взаимодействии с глобальным рынком в контексте нелегального ввоза техники в страну.

Ключевые слова: электроника, бытовая техника, рынок, международные закупки, спрос.

Процесс международных закупок является достаточно сложным. Основная его функция заключается в поддержании отношений с продавцом за границей для того, чтобы обе стороны могли совместно разрабатывать продукт для конечного потребителя [3]. Эта взаимосвязь является ключевым фактором для обеспечения успешных поставок продукции из-за рубежа и побуждает экспортера инвестировать в продукцию или услуги импортера в соответствии с согласованной спецификации и стандартом.

Международные закупки и их методология широко охватывает такие виды деятельности [2]:

- идентификация поставщиков с помощью маркетинговых исследований, внутренней дискуссии и других источников, включая законодательство, спецификацию продукта или услуги и стандарты вместе с объемом и необходимым качеством;

- выявление наиболее подходящих поставщиков, путем использования всех доступных средств, включая торговые каталоги, выставки и киберпространство;

- разработка плана переговоров с лучшими поставщиками, который охватывает спецификацию продукта, соответствие международным и национальным стандартам, цены, доступность, условия продажи, международные платежные

соглашения, наименование перевозчика, страховые и экспортно-импортные документы, сроки поставки;

- активизация контракта в рамках сети поставок покупателей о дате, месте поставки количества, порядка финансирования с банком-эмитентом покупателя и обработка таможенной документации в соответствии с договором купли-продажи;

- отслеживание груза в течение всего транзита;

- принятие товара и проведения оценки товара, таможенное оформление ввоза и т.д.

Таким образом, выделяют закупочную деятельность, которая происходит в пределах внутреннего рынка, а также международные закупки. Существует перечень причин осуществления закупок из-за рубежа, среди которых наиболее значительными считаем следующие: доступ к более современным технологиям, более высокое качество, недостаточный внутренний потенциал. При осуществлении международной закупочной деятельности большое внимание уделяется ее организации, которая состоит из следующих стадий: осуществление поиска проблемы, которую можно решить с помощью покупки какого-либо товара или услуги, определение основных характеристик и необходимой количества товара; поиск, оценка и выбор поставщиков; оформление заказа; оценка работы поставщика. В ходе последней стадии принимается решение о продлении деловых отношений с поставщиком.

На протяжении последних пяти лет, по данным мониторинга, проводимого компанией GfK [5], глобальный рынок бытовой техники и электроники демонстрирует неуклонный рост (рис. 1).

Исследование свидетельствует, что в 2019 году объем продаж на мировом рынке бытовой техники и электроники составил 1,02 триллиона евро. Если в 2018 году, по сравнению с 2017 годом, прирост составил 4%. В 2019 году прирост составил 0,99%, в сравнении с предыдущим годом. Таким образом, темпы при-

роста снижаются, но остаются положительными. Аналитики рынка предсказывают, что в 2020 году объем глобального рынка электроники и бытовой техники покажет рост порядка 2,5% и составит 1,05 триллиона долларов.

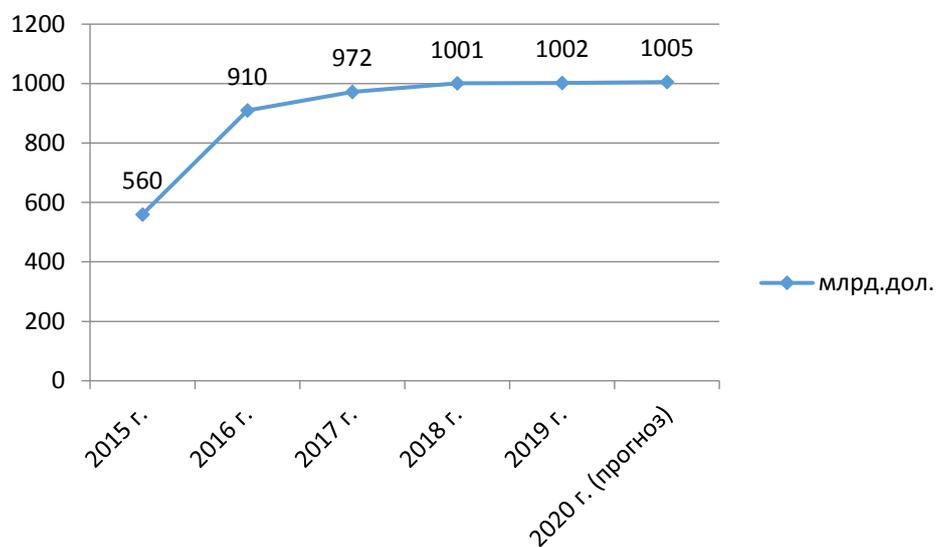


Рисунок 1. Динамика глобального рынка бытовой техники и электроники

Основной рост в 2019 году продемонстрировали следующие сегменты:

- телекоммуникации – (+ 7%);
- малая бытовая техника – (+ 7%);
- потребительская электроника / фото – (+ 6%);
- ИТ / офисное оборудование – (+ 1%).

В то же время, в сегменте крупной бытовой техники отмечено снижение продаж на 1%.

На рисунке 2 представлена структура глобального рынка бытовой техники и электроники в 2019 г.

В сегменте телекоммуникаций потребительские предпочтения принадлежат устройствам премиум-класса, лидером продаж, с ростом 7%, являются смартфоны.

В сегменте крупной бытовой техники, который, несмотря на незначительное снижение (1%) остается на второй позиции, 17% продаж приходится на холодильники, микроволновые печи, стиральные или посудомоечные машины.

При этом, потребительские запросы включают многофункциональные устройства, пригодные для организации домашней сети и возможности дистанционного управления, то есть, обладающими такой функцией, как подключаемость.

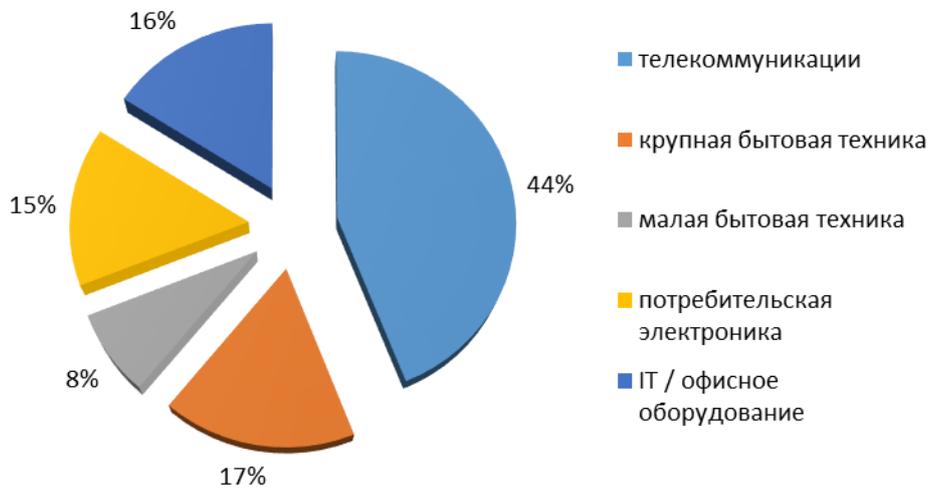


Рисунок 2. Структура глобального рынка бытовой техники и электроники (2019 г.)

Устойчивый спрос сохраняется на компьютерную технику и периферию, лидируют игровые персональные компьютеры и ноутбуки. Предпочтение потребители отдают высокопроизводительным устройствам.

Повышением спроса на товары класса «премиум» характеризуется и сегмент потребительской электроники и фото. Наибольший рост показывают продажи телевизоров класса High-end с экранами от 50 дюймов и выше. Растет популярность OLED TV. Рост аудиорынка определили портативные устройства – наушники и Bluetooth-колонки.

Снижается спрос на фототехнику. Исключение составляют так называемые продвинутые фотокамеры, которые демонстрируют положительный тренд продаж. В сегменте малой бытовой техники рост продаж связан с трендом «апгрейдинг». Покупатели предпочитают такие устройства, как, например, ручные пылесосы на аккумуляторных батареях.

Сравнение мировых трендов с особенностями российского рынка представлено на рисунке 3.

Как следует из представленных данных, внутреннему российскому рынку, в целом, присущи глобальные тенденции. Особенностью является несколько больший спрос россиян на компьютерную технику.

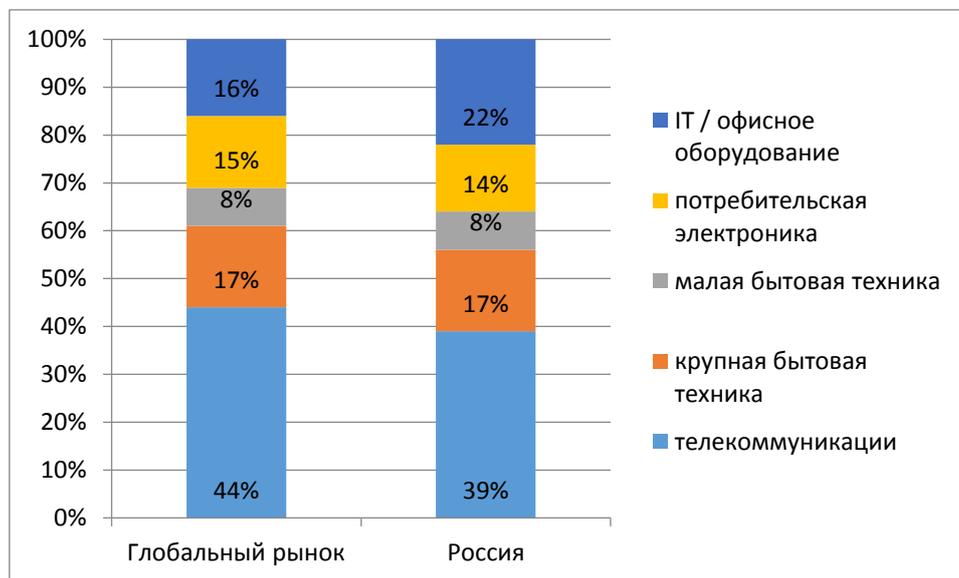


Рисунок 3. Сравнение структуры глобального и российского рынка бытовой техники и электроники (2019 г.)

Рост российского рынка аналитики связывают не только с желанием потребителей приобретать технику премиум-класса, но и с необходимостью замены устаревшей техники. В этом случае высокий потребительский спрос формируется и на технику эконом-класса. В сегменте компьютерной техники за последние два года сформировался отложенный спрос на игровые ноутбуки и компьютеры.

Стоит заметить, что рынок находится в развитии и постоянно меняется. Оптимизируется размер торговой площади, каналы коммуникаций и взаимодействия с потребителями. Наблюдается изменение торгового формата розничной торговли бытовой техникой и электроникой. В качестве ведущих тенденций аналитики указывают на уменьшение средней площади торгового помещения, открытие собственных интернет-магазинов, развитие мультимедийности коммуникаций и продаж, расширение ассортимента, развитие сети пунктов выдачи.

Ключевым фактором потребительского спроса на электронику и бытовую технику в настоящее время является существующий и усиливающийся запрос на

новые впечатления. Данный драйвер роста характерен как для мирового рынка в целом, так и для российского регионального сегмента.

Подробное изучение данного тренда позволило исследователям выделить следующие факторы, формирующие впечатление пользователя от опыта покупки на рынке бытовой техники и электроники:

- производительность технического устройства;
- наличие инноваций и элементы уникальности (принадлежность продукта к премиум-классу);
- простота в использовании;
- возможность беспрепятственного приобретения товара (шоппинг без преград).

Данные исследовательской компании GfK Consumer Insights Engine свидетельствуют, что 36% потребителей приняли решение о покупке новой техники вследствие неудовлетворенности производительностью используемого устройства [4].

Высокий уровень производительности позволяет потребителю использовать все возможности, предоставляемые современными технологическими решениями. Именно этим объясняется наиболее полное удовлетворение от покупки. В итоге именно производительность, особенно в категории IT, становится ведущим триггером потребительского выбора, определяя динамику продаж.

Запрос на простоту формирует интерес к так называемым смарт-гаджетам – устройствам, с помощью которых реализуются технологии умного дома. Несмотря на то, что цена на данные продукты остается достаточно высокой, их потребительская ценность определяется возможностью решать проблему оптимизации энергопотребления, удаленного мониторинга жилища, а также возможностью дистанционного управления техникой. Использование продуктов данной категории способно упростить жизнь – это является основанием их приобретения для 46% покупателей во всем мире.

Российский рынок техники, позволяющей реализовать технологию умного дома, находится в стадии формирования. В настоящее время основным является

запрос на простоту использования, что находит отражение в увеличении продаж бытовой техники, в которой реализована поддержка голосового помощника.

Техника и устройства премиального сегмента обеспечивают удовлетворение потребности потребителей в самовыражении и самореализации. Запрос на новые впечатления выполняет роль драйвера спроса на инновационные товары. Кроме того, маркетологи называют и такой мотив как возможность «побаловать себя», присутствующий у 47% покупателей глобального рынка.

Ритм современной жизни диктует стремление потребителя покупать «здесь, сейчас, на своих условиях». Отражением этого тренда является рост онлайн-сегмента.

В течение 2018-2019 гг. рост онлайн-канала составил 28%, и занимает порядка четверти оборота российского рынка бытовой техники и электроники. Для столичного рынка (Москва, С.-Петербург) и городов-миллионников доля онлайн торговли доходит до 30-40%. В стремлении приобрести необходимую технику онлайн потребитель реализует запрос на скорость и удобство совершения покупки. Тенденция к мультиканальному потребительскому поведению усиливается благодаря возможности вести расширенный поиск информации о продукте, сравнивать цены и осуществлять выбор, независимо от места проживания.

Несмотря на перспективные изменения, на российском рынке существуют некоторые проблемы. В первую очередь, это нелегальный ввоз техники в страну. Согласно данным Ассоциации предприятий компьютерных и информационных технологий, в 2016 году значительно возросла доля нелегальной техники на рынке электронных устройств. По приблизительным подсчетам нелегальный товар занимает от 15 до 40% в зависимости от сегмента [1]. Спрос на подобную технику такой высокий из-за ее низкой цены. При ввозе нелегальной техники не уплачиваются налоги и наценка на товар гораздо ниже. Причем, чем выше стоимость устройства, тем больше расхождение в цене по сравнению с официальными поставщиками. Разница в цене составляет примерно 15-20%, что весьма существенно для рядового потребителя.

Таким образом, международная закупочная деятельность представляет собой совокупность действий, направленных на обеспечение интересов заказчика через приобретения им необходимых ресурсов, товаров или услуг у иностранных производителей в определенном количестве и в определенное время с целью дальнейшего их использования для удовлетворения потребностей конечных потребителей. Закупочная деятельность и ее осуществление на международном рынке является наиболее значимой подсистемой в общей системе операционной деятельности торгового предприятия.

Список литературы

1. Кузнецова Е.Ю., Крылатков П.П., Минеева Т.А. и др. Современный стратегический анализ. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. 131 с.
2. Николаева М.А. Товарная политика. М.: ИНФРА-М, 2016. 312 с.
3. Федякина Л.Н. Международные экономические отношения. М.: Издательство Юрайт, 2018. 461 с.
4. Итоги заседания Комитета АПКИТ по мониторингу развития ИТ индустрии [Электронный ресурс]. – URL: <https://apkit.ru/news/21-noyabrya-2019-goda-itogi-zasedaniya-komiteta-apkit-po-monitoringu-razvitiya-it-industrii-po-teme/> (дата обращения: 20.04.2020).
5. Самые влиятельные тренды на рынке бытовой техники и электроники [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/kompanii-i-rynki/samye-vliyatel-nye-trendy-na-rynke-bytovoy-tehniki-i-elektroniki/> (дата обращения: 20.04.2020).

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL AND RUSSIAN ELECTRONICS AND HOUSEHOLD APPLIANCES MARKETS

K.B. Gerasimov, A.V. Demin

*Samara National Research University,
Samara, Russian Federation*

Abstract. The article analyzes the international market of electronics and household appliances. The process of procurement activities within the domestic market and international procurement is described. A comparison of the structure of the global and Russian market of household appliances and electronics is shown. The problems of the Russian market when interacting with the global market in the context of the illegal import of equipment into the country are identified.

Keywords: electronics, household appliances, market, international purchases, demand.