

# Кризис на большом экране

Общее стремление к экономии пока не заставило сибиряков отказаться от мечты о большом экране и хорошем звуке: ведь именно телевизор из всего набора домашней бытовой техники воспринимается почти как член семьи. Кроме того, приобретение домашнего кинотеатра — это еще и возможность спасения собственных накоплений. Впрочем, аналитики уже в этом году обещают рынку электроники и бытовой техники существенное снижение темпов роста продаж.

Сегодня в Новосибирске представлены практически все федеральные сети, специализирующиеся на продаже бытовой техники. Это «Эльдорадо» (9 магазинов), «М-Видео» (3 магазина) по две торговые точки у «Мира» и «Техносила». Конкуренцию им составляют региональные сети — «Сибвез» (сеть включает 11 магазинов в Новосибирске. — „Ъ“), небольшие магазины местных предпринимателей и монобрендовые фирменные салоны бытовой техники. Детальное изучение ассортимента показало, что в столице СФО можно найти домашние кинотеатры, телевизоры, аудиосистемы, DVD-проигрыватели, проекторы практически всех известных россиянам мировых брендов.

Менеджеры сети «Эльдорадо» в числе самых популярных товаров называют телевизоры и плазменные панели от Samsung, Toshiba, Phillips, Hitachi. Цена зависит от размера монитора и собственно производителя. Так, жидкокристаллический телевизор обойдется от 6 тыс. руб. (Elenberg с диагональю 15 дюймов) до 179 тыс. руб. (Samsung с диагональю 55 дюймов). Стоимость плазменных панелей выше — от 20 тыс. (Daewoo с диагональю 32 дюйма) до 1,79 млн руб. (Panasonic с диагональю 103 дюйма). Домашние кинотеатры в сети «Эльдорадо» продают от 4,9 тыс. руб. (Sony) до 49 тыс. руб. (Phillips). В схожем ценовом диапазоне работают и остальные сети, присутствующие на рынке Новосибирска.

При этом о падении покупательского спроса ритейлеры не говорят. «Обновление парка домашней телевизионной техники еще не закончилось. Так же, как лет пять-семь назад началась активная замена видеомагнитофонов на DVD-проигрыватели, сейчас идет волна обновлений телевизоров. У многих новосибирцев еще стоят кинескопные модели телевизоров, и люди стремятся к повышению качества «картинки», которую дают LCD-телевизоры. Жидкокристаллические модели даже довольно большой диагонали стали доступны. 10-30 тысяч рублей — это уже понятные деньги, это ведь не сотни тысяч», — считает начальник отдела по связям с общественностью торговой сети «Сибвез» Андрей Поздняков.

«В последнее время многие покупатели приобретают именно технику Hi-Fi, поскольку заинтересованы в более высоком качестве звучания», — отмечает менеджер одного из салонов компании «Техносила» Алексей Попов.

По наблюдениям владельца компании «А Зет Аудио» (специализируется на продаже аудиовидеотехники. — „Ъ“) Александра Земеля, экономический кризис лишь «подстегнул» интерес новосибирцев к новинкам видеотехники. «Заметно активизировался спрос на домашние кинотеатры, причем дорогие: Blu-ray проигрыватели и телевизоры высокого разрешения

покупают даже несмотря на почти полное отсутствие носителей. Повышенным спросом пользуются телевизоры Pioneer, Hitachi с диагоналями от 50 до 60 дюймов», — отмечает господин Земель. По его словам, интерес к большим телевизорам и домашним кинотеатрам был и раньше, но не в такой мере. Теперь же, по мнению бизнесмена, дело не столько в «магии брендов» и желании соответствовать определенному уровню, сколько в стремлении людей «избавиться от денег», вкладывая имеющиеся рублевые накопления в качественную технику. И подобная тактика, по мнению Александра Земеля, вполне оправдана. «Долларовые цены на технику в дальнейшем будут те же и даже ниже, поскольку западные производители несут миллиардные убытки из-за кризиса. Но рубль по отношению к доллару падает», — поясняет он. От каких-либо прогнозов по поводу дальнейшего развития событий на рынке господин Земель предпочел воздержаться.

О негативных последствиях кризиса заявил лишь директор магазина «Panasonic» Николай Гребнев. С нескрываемой грустью констатируя, что предпочтения и интересы людей претерпели существенные изменения, господин Гребнев сообщил, что «телевизоры вообще перестали продаваться». Что касается техники для домашних кинотеатров от Panasonic, то, по словам бизнесмена, она пока есть в его магазине в достаточном количестве. Причем предлагается по прежним, докризисным ценам. Но эти старые запасы особого интереса у покупателей не вызывают, поскольку при нынешних зарплатах и прежние цены оказываются для многих неподъемными.

Тем временем прогнозы экспертов относительно будущего отечественного рынка электроники и бытовой техники пессимистичны. «На наш взгляд, на российском рынке электроники и бытовой техники в целом наблюдаются негативные тенденции, проявляющиеся в первую очередь в существенном снижении темпов роста продаж, а в ряде случаев даже в их отрицательной динамике», — отмечает аналитик УК «Финам Менеджмент» Максим Клягин. Сегмент видеотехники, по его мнению, не исключение. Несмотря на некоторое падение спроса в последние месяцы 2008 года, его итоги в целом, считает аналитик, были умеренно позитивными. По различным оценкам, рынок вырос на 10-15%, однако по показателям текущего года согласно наиболее оптимистичным сценариям рост будет нулевым, при этом консервативные прогнозы не исключают падения на уровне 10%. По словам господина Клягина, вполне вероятное дальнейшее снижение продаж обусловлено падением платежеспособного спроса на фоне уменьшения реальных доходов населения. При этом аналитик отме-



Даже экономический кризис не заставит потребителя отказаться от покупки нового электронного члена семьи

ФОТО АЛЕКСАНДРА КРЯЖЕВА

чает рост стоимости импорта в результате существенной девальвации национальной валюты. «В течение 2009 года в секторе электронной бытовой техники мы в целом ожидаем существенного снижения объемов продаж и роста стоимости продукции в среднем примерно на 20%», — сообщил Максим Клягин.

Отмечаемое ритейлерами стремление потребителей вкладывать деньги в технику господин Клягин оценивает как вполне логичное. «Девальвация национальной валюты могла стать причиной краткосрочного роста потребления в различных товарных группах, прежде всего в категории товаров длительного пользования: граждане, спасая сбережения, совершали ранее запланированные дорогостоящие покупки», — констатирует аналитик. Но при этом замечает, что на общую статистику эта тенденция заметного влияния не оказала. По данным господина Клягина, по итогам января 2009 года оборот розничной торговли в товарной массе вырос к январю прошлого года только на 2,4%, против 16,3% роста в январе 2008 года к январю 2007 года.

В то же время Максим Клягин полагает, что оснований для паники из-за роста курса доллара у покупателей нет. Сложная экономическая ситуация, по его мнению, будет побуждать ритейлеров идти навстречу клиентам и более активно использовать различные маркетинговые инструменты, в том числе скидки, дисконты, практикуя в целом более гибкую политику ценообразования. «Ритейлеры постараются максимально возможно нивелировать повыше-

ние цен, в том числе за счет такого инструмента как ускорение товарооборота посредством установления существенных и часто долгосрочных скидок, — говорит он. — Сейчас на фоне дефицита ликвидности большинство игроков розничного рынка заинтересованы в оперативной реализации стоков. Так как даже с учетом некоторого снижения собственной маржи в результате существенного дисконта они получают необходимые средства для финансирования оборотного капитала, то есть для расчета с контрагентами за предыдущие поставки и так далее, что в определенной степени позволяет рассчитывать на получение новых партий товара. Это, конечно, будет оказывать давление на показатели рентабельности ритейлеров, однако позволит им избежать проблемы «пустых полок» и по возможности сохранить потребительский трафик. В итоге, господин Клягин не исключает некоторое сокращение ассортимента, а также определенные изменения в ассортиментной политике розничных компаний, которые будут отражать смещение спроса в пользу более дешевых моделей.

Обоснованность мрачного прогноза аналитика подтверждают участники рынка. По словам Николая Гребнева, заводы в Калининграде, где прежде производилась существенная часть продающейся в Новосибирске техники марки Panasonic, сейчас закрыты. По его оценкам, цены на телевизоры Panasonic с начала года уже выросли на 10-15%. И, вероятнее всего, будут расти в дальнейшем. В то же время на новосибирском рынке телевизоров Panasonic крайне мало и ни о каком «затоваривании» и «перепроизводстве» речь не идет. «Мы готовы закупать телевизоры, но их просто-напросто нет. Компания Panasonic закрыла 27 своих заводов. В том числе две линии в России», — посетовал Николай Гребнев, отметив, что «теперь приходится торговать телевизорами марки Phillips и Rolsen».

Впрочем, многие ритейлеры пока настроены более оптимистично. Алексей Попов отмечает, что акция сети магазинов «Техносила» по продаже товаров по сниженным ценам уже принесла хороший результат. Он заверил, что проблем с пополнением модельного ряда как телевизоров различных марок, так и техники для домашних кинотеатров, у его компании нет и пока не предвидится, поскольку «поступление новых моделей идет постоянно». Александр Земель признает, что ожидать появления на прилавках каких-либо высокотехнологичных «новинок» в ближайшем будущем, вероятнее всего, не стоит. Однако он также не сомневается в том, что прежний, уже привычный новосибирским покупателям ассортимент останется.

**Полина Добролюбова,  
Анна Гадалина**