

Οι νέες τεχνολογίες επηρεάζουν τη ζήτηση στην



Τον καταλυτικό ρόλο των νέων τεχνολογιών στην αγορά λιανικής πώλησης επισημαίνει σε πρόσφατη μελέτη της ICAP, αναφορικά με την αγορά μηχανημάτων ήχου και εικόνας. Σύμφωνα με την τελευταία έκδοση της κλαδικής μελέτης "Μηχανήματα Ήχου και Εικόνας" της Διεύθυνσης Οικονομικών Μελετών της ICAP Group, η υψηλή ευκρίνεια (high definition) αποτελεί, για το σύνολο σχεδόν των κατασκευαστών του κλάδου παγκοσμίως, την κινητήρια δύναμη που αναμένεται να δώσει ώθηση στην αγορά τα επόμενα χρόνια.

Όπως επισημαίνεται στη μελέτη, οι νέες τεχνολογίες είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες επηρεασμού της ζήτησης για οπτικοακουστικές συσκευές. Η είσοδος μεγάλων σούπερ-μάρκετ στην αγορά αυτή, έχει εντείνει τον ανταγωνισμό. Όξυνση του ανταγωνισμού παρατηρείται από την παρουσία προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (own brand) και από "ανώνυμες" (unbranded) συσκευές. Το μέγεθος της εγχώριας αγοράς έγχρωμων τηλεοράσεων παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 5,7% κατά τη διάρκεια της περιόδου 1994 - 2008.

Ανοδική τάση παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια οι πωλήσεις σε ολοκληρωμένα συστήματα Home Cinema, καθώς και οι φορητές συσκευές ήχου

Blue Ray και τηλεοράσεις νέας τεχνολογίας

Αναλυτικά, η εμφάνιση νέων τεχνολογιών είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες επηρεασμού της ζήτησης για οπτικοακουστικές συσκευές. Τα συγκεκριμένα είδη δεν αποτελούν μέρος του αναγκαίου οικιακού εξοπλισμού (όπως είναι για παράδειγμα οι "ήλεukes οικιακές συσκευές"), με αποτέλεσμα η ζήτηση τους να παρουσιάζει σχετικά υψηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή πώλησης. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με τον ανταγωνισμό που ισχύει τόσο μεταξύ των εισαγωγέων, όσο και μεταξύ των καταστημάτων πώλησης οδηγεί αρκετές από τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου στην προσφορά "ελεκυστικών" τιμών και όρων πληρωμής για μεμονωμένες συσκευές ή/ και πακέτα (π.χ. σετ home cinema). Η εγχώρια αγορά των μηχανημάτων ήχου και εικόνας περιλαμβάνει μεγάλο εύρος εμπορικών σημάτων και τύπων συσκευών, ικανοποιώντας τις ανάγκες των καταναλωτών ως προς την τιμή, την ποιότητα και τις διαθέσιμες τεχνολογίες. Η είσοδος μεγάλων αλυσίδων σούπερ-μάρκετ και cash & carry στην αγορά, έχει εντείνει ακόμα περισσότερο τον ανταγωνισμό, με δυσμενείς συνέπειες κατ'αρχήν για τις μικρότερες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, οι οποίες δεν εντάσσονται σε κάποια αλυσίδα.

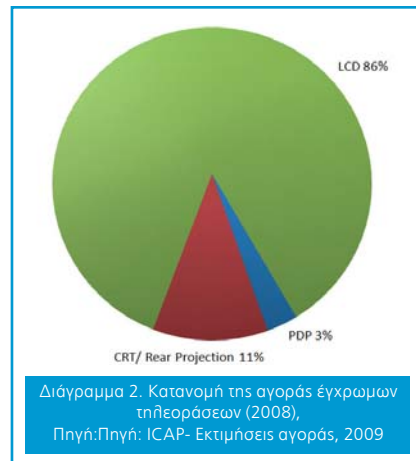
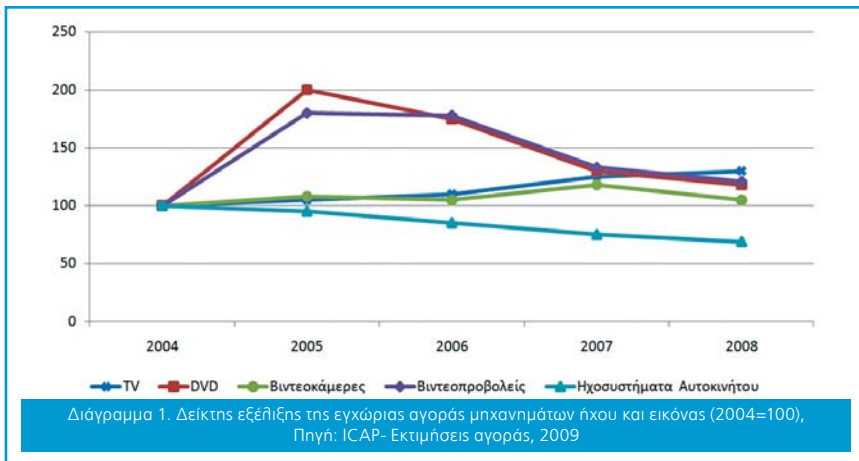
Η ζήτηση των έγχρωμων τηλεοράσεων τα τελευταία χρόνια επηρεάστηκε κυρίως από τις επίπεδες οθόνες, Plasma (PDP) και υγρών κρυστάλλων (LCD), ενώ μειώθηκε σημαντικά η ζήτηση για τηλεοράσεις παλαιότερης τεχνολογίας, όπως αυτές με οθόνες καθοδικού σωλήνα (CRT) και οπίσθιας προβολής (Rear Projection). Πτωτικές τάσεις παρουσιάζει η εγχώρια αγορά σε συσκευές αναπαραγωγής και

αγορά των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών

εγγραφής DVD (players και recorders) κατά τη διάρκεια των τελευταίων τριών ετών, μετά από μία σημαντική αύξηση την περίοδο 2000 - 2005. Το Blue Ray είναι η

νοικοκυριών (διαθέσιμο εισόδημα, τυχόν υπερχρέωση από καταναλωτικά και άλλα δάνεια, κ.λπ.). Πέρα από την ανάληψη της αγοράς, στη

εγχώρια λιανική αγορά ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών οικιακών συσκευών αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό της τάξης του 6% το διάστημα 1997 - 2008.



νέα γενιά οπτικού δίσκου υψηλής χωρητικότητας, οι πωλήσεις του οποίου παρουσίασαν σημαντική αύξηση το 2008.

Την τελευταία διετία, η αγορά στους βιντεοπροβολείς, καθώς και στις βιντεοκάμερες είναι πτωτική. Ανοδική τάση παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια οι πωλήσεις σε ολοκληρωμένα συστήματα Home Cinema, καθώς και οι φορητές συσκευές ήχου. Οι πωλήσεις ηχητικών συστημάτων αυτοκινήτου παρουσιάζουν πτωτική πορεία από το 2001.

Προοπτικές

Αναφορικά με τις προοπτικές εξέλιξης, η αγορά των μηχανημάτων ήχου και εικόνας κατά τα επόμενα χρόνια θα εξαρτηθεί σε μεγάλο βαθμό από τη διάδοση των νέων τεχνολογιών, κυρίως στον τομέα της υψηλής ευκρίνειας και των οπτικών μέσων, αλλά και από τις τιμές διάθεσης των προϊόντων και την πιστωτική πολιτική των καταστημάτων, σε συνδυασμό με την οικονομική κατάσταση των

συγκεκριμένη μελέτη πραγματοποιείται και χρηματοοικονομική ανάλυση επιχειρήσεων εισαγωγής μηχανημάτων ήχου και εικόνας. Όπως προέκυψε από τον ομαδοποιημένο ισολογισμό 19 εταιρειών, το σύνολο του ενεργητικού τους παρουσίασε αύξηση 3,4% το 2007 σε σχέση με το 2006. Επίσης, αύξηση παρουσίασε και το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων το 2007 (7,8%). Οι συνολικές πωλήσεις των 19 εταιρειών του δείγματος παρουσίασαν άνοδο κατά περίπου 9% την περίοδο 2006 - 2007. Επίσης, αύξηση κατά 9,4% εμφανίζουν τα κέρδη (πρόφρου) των εταιρειών του κλάδου, λόγω κυρίως της αύξησης του μικτού κέρδους κατά 12,2% την ίδια περίοδο.

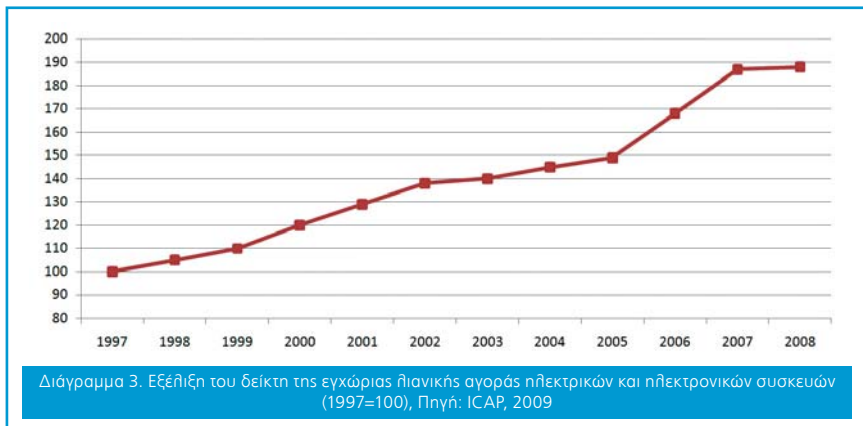
Σκληρός ανταγωνισμός και υψηλά επίπεδα κορεσμού στη λιανική των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών

Αναφορικά με το σύνολο της αγοράς ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών, η

Οι αλυσίδες και οι αγοραστικοί όμιλοι εξελίσσονται σε "κυρίαρχους" της λιανικής διάθεσης, ενώ οι "λιευκές οικιακές συσκευές" παρουσιάζουν τον υψηλότερο βαθμό κορεσμού και τη χαμηλότερη συχνότητα αντικατάστασης. Τα σημαντικότερα στοιχεία που διαμορφώνουν τα τελευταία χρόνια την εικόνα του λιανικού εμπορίου ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών οικιακών συσκευών στη χώρα μας, αφορούν τον έντονο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου (σε επίπεδο τιμών, προσφορών, πιστωτικών διευκολύνσεων).

Το στοιχείο αυτό ενισχύεται και από τα (υψηλά) επίπεδα κορεσμού που χαρακτηρίζουν αρκετές κατηγορίες συσκευών (υψηλά ποσοστά διείσδυσης στα ελληνοικιακά νοικοκυριά), τα οποία επιδρούν αρνητικά στην αύξηση της ζήτησης. Επιπλέον, σημαντικό γεγονός αποτελεί η συγκέντρωση των μεριδίων αγοράς, με τις μεγαλύτερες αλυσίδες και τους μεγαλύτερους αγοραστικούς ομίλους να "κυριαρχούν" στη λιανική διάθεση.

Οι νέες τεχνολογίες επηρεάζουν τη ζήτηση στην αγορά των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών



Αξίζει να αναφερθεί η προσχώρηση σε αγοραστικούς ομίλους, επιχειρήσεων οι οποίες κατά το παρελθόν αποτελούσαν ανεξάρτητες αλυσίδες. Η είσοδος στην ελληνική αγορά μεγάλων εταιρειών του εξωτερικού έχει αλλιάξει το εγχώριο λιανικό εμπόριο ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών οικιακών συσκευών. Συγκεκριμένα, υπάρχουν περιπτώσεις κατά τις οποίες εταιρείες είτε εισήλθαν με άμεσο τρόπο (ίδρυση δικών τους καταστημάτων και χρήση του δικού τους εμπορικού σήματος), ή αποκτώντας τον πλήρη έλεγχο εγχώριων επιχειρήσεων και προχωρώντας σε εκτενή αναδιάρθρωσή τους.

Οι προαναφερθείσες εξελίξεις επηρέασαν σε σημαντικό βαθμό τις διάφορες κατηγορίες επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον εξεταζόμενο κλάδο. Η αναπτυξιακή δυναμική των μεγάλων αλυσίδων ώθησε, τόσο μεμονωμένες επιχειρήσεις, αλλά και μικρότερες αλυσίδες, στην προσχώρηση σε αγοραστικούς ομίλους, ούτως ώστε να διασφαλίσουν την οικονομική τους βιωσιμότητα και να αντεπεξέλθουν στο έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Εντούτοις αρκετές από τις ανεξάρτητες επιχειρήσεις σταδιακά οδηγήθηκαν εκτός αγοράς, είτε απορροφήθηκαν από μεγαλύτερες εταιρείες.



Η εγχώρια λιανική αγορά ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών οικιακών συσκευών αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό της τάξης του 6% το διάστημα 1997 - 2008

Η εν γένει επιθετική πολιτική των προαναφερθέντων επιχειρήσεων, η οποία εκδηλώθηκε και με τη μορφή συγχωνεύσεων και εξαγορών από πλευράς των "στρατηγικών παικτών", συντέλεσε στην περαιτέρω συρρίκνωση του αριθμού των υφισταμένων αλυσίδων και στην αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης όσον αφορά τα μερίδια αγοράς.

Η εγχώρια λιανική αγορά ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών οικιακών συσκευών ακολούθησε ανοδική πορεία κατά το χρονικό διάστημα 1997 - 2008 με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 5,9%. Το συνολικό μέγεθος της εξεταζόμενης αγοράς αυξήθηκε μόλις κατά 0,5% το 2008 σε σχέση με το 2007 (η χαμηλότερη ποσοστιαία μεταβολή των τελευταίων δώδεκα ετών), ενώ η μεταβολή για την περίοδο 2007/06 ήταν 11,6%. Όσον αφορά την κατηγορία των μηχανημάτων κλιματισμού, η αγορά παρουσιάζει έντονες εποχιακές διακυμάνσεις επηρεαζόμενη άμεσα από τις καιρικές συνθήκες.

Πέρα από την ανάλυση της αγοράς, στη συγκεκριμένη μελέτη πραγματοποιείται και χρηματοοικονομική ανάλυση βάσει δείγματος 7 επιχειρήσεων του κλάδου. Το σύνολο του ενεργητικού των επιχειρήσεων του δείγματος το 2008 εμφάνισε μείωση κατά 2,91% σε σχέση με το 2007. Παράλληλα τα ίδια κεφάλαια αυξήθηκαν κατά 76,7% έναντι του 2007, ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις μειώθηκαν κατά 10,9% την ίδια περίοδο. Οι συνολικές πωλήσεις των 7 επιχειρήσεων του δείγματος μειώθηκαν το 2008 (κατά 4,83%) σε σχέση με το 2007, ωστόσο το αντίστοιχο μίκτο περιθώριο αυξήθηκε και το λειτουργικό περιθώριο υπερδιπλασιάστηκε. Τα κέρδη EBITDA αυξήθηκαν κατά 34,6%, ενώ και το τελικό καθαρό αποτέλεσμα βελτιώθηκε δραστικά. 