

Ηλεκτρικών και Ηλεκτρονικών Ειδών

κη αναμένεται να είναι η άνοδος και κατά το 2006 - 2007. Παράλληλα, η ευρύτερη αγορά ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών συνέχισε να επηρεάζεται θετικά από τα πιστωτικά προγράμματα που προσφέρουν οι εταιρίες του κλάδου σε συνδυασμό με τη μείωση των τιμών των αντίστοιχων προϊόντων, (Πίνακας 1).

Έτος	Ρυθμός μεταβολής
1997 - 1998	3,7%
1998 - 1999	6,5%
1999 - 2000	9,8%
2000 - 2001	6,4%
2001 - 2002	5,0%
2002 - 2003	3,1%
2003 - 2004	3,5%
2004 - 2005	2,9%
2005 - 2006	12,3%

Πίνακας 1. Εγχώρια λιανική αγορά ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών, Πηγή: ICAP, Σεπτέμβριος 2007

Από τη στιγμή που η υψηλή τεχνολογία ενσωματώθηκε στις οικιακές συσκευές, άλλαξε ριζικά η παραγωγή αλλή και η

λιανική πώληση των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών διεθνώς. Η τάση αυτή είναι εμφανής και στην ελληνική αγορά, αναδεικνύοντας τα consumer electronics προϊόντα, δηλαδή τις τηλεοράσεις υψηλής ευκρίνειας LCD και Plasma, τα DVD εγγραφής, τις βιντεοκάμερες με mini σκληρούς δίσκους σε ρυθμιστικούς παράγοντες της αγοράς. Είναι χαρακτηριστικό, ότι οι "πλευκές" συσκευές (ψυγεία, κουζίνες, πλυντήρια ρούχων, κ.ά.) εμφανίζουν σημαντικό βαθμό διείσδυσης στα ελληνικά νοικοκυριά, με τη ζήτηση να προέρχεται από την αντικατάσταση παλιών συσκευών αλλή και από τον εξοπλισμό νέων νοικοκυριών.

Αξίζει να σημειωθεί, ότι ποσοστό 46,8% του συνόλου της αγοράς αντιστοιχεί σε συσκευές ήχου και εικόνας, ποσοστό 36,5% αντιστοιχεί σε λευκές ηλεκτρικές οικιακές συσκευές, ποσοστό 10,6% αντιστοιχεί στις μικροσυσκευές και ποσοστό 6,1% στα κλιματιστικά. Από τα στοιχεία των αναλυτών, τα ψυγεία - ψυγιοκαταψύκτες καταλαμβάνουν το 26,4% της συνολικής κατανάλωσης, τα πλυντήρια ρούχων καλύπτουν περίπου το 20%, οι ηλεκτρικές κουζίνες καλύπτουν ποσοστό

19% και τα υπόλοιπα ποσοστά είναι πλυτήρια πιάτων, φούρνοι μικροκυμάτων και απορροφητήρες. Από την άλλη πλευρά, η ζήτηση για συσκευές ήχου και εικόνας βασίζεται σε σημαντικό βαθμό στην εμφάνιση νέων τεχνολογιών, ενώ η αγορά των κλιματιστικών επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες, όπως αποδείχτηκε και από το φετινό καλοκαίρι, οπότε εκτοξεύθηκαν οι πωλήσεις των συγκεκριμένων προϊόντων λόγω καύσωνα.

Η εγχώρια αγορά τηλεοράσεων παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 12% κατά την τελευταία δεκαετία και το 2006 διαμορφώθηκε στα 680.000 τεμάχια. Η διείσδυση των τηλεοράσεων νέας γενιάς στα ελληνικά νοικοκυριά (High Definition, LCD, Plasma), έχει διαμορφωθεί στο 20%, όταν στην υπόλοιπη Ευρώπη το ποσοστό ανέρχεται στο 60%. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εταιριών, η ζήτηση για νέας γενιάς τηλεοράσεις θα συνεχιστεί την περίοδο των εορτών αλλή και την επόμενη χρονιά, οπότε αναμένεται πτώση τιμών. Αυξητική είναι και η ζήτηση για DVD, βιντεοπροβολείς, βιντεοκάμερες και ολοκληρωμένα συστήματα Hi-Fi (High Definition) και συστήματα ήχου αυτοκινήτου, (Πίνακας 2).

Συσκευές σε τεμάχια	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Έγχρωμες τηλεοράσεις	480.000	475.000	490.000	525.000	540.000	550.000	565.000	590.000	650.000	680.000
Βίντεο	105.000	115.000	128.000	140.000	152.000	163.000	135.000	100.000	M.Δ	M.Δ
DVD	M.Δ	M.Δ	M.Δ	30.000	75.000	120.000	207.000	375.000	748.000	640.000
Βιντεοκάμερες	42.000	46.000	49.000	55.000	61.000	65.000	77.000	92.500	105.000	98.000
Βιντεοπροβολείς	M.Δ	M.Δ	M.Δ.	M.Δ	M.Δ	6.500	8.000	11.000	19.000	19.500
Συστήματα Hi Fi	100.000	130.000	170.000	180.000	M.Δ	220.000	M.Δ.	170.000	M.Δ	210.000
Συστήματα ήχου αυτοκινήτου	170.000	180.000	255.000	280.000	273.000	264.000	250.000	240.000	210.000	195.000

Πίνακας 2. Εγχώρια λιανική αγορά συσκευών εικόνας - ήχου, MΔ: Μη διαθέσιμα στοιχεία, Πηγή: ICAP, Σεπτέμβριος 2007

