



Похоже, российским оператором DIY-ритейла после небольшого периода роста, снова следует готовиться к снижению объемов продаж. Такой вывод можно сделать из материалов агентства INFOLine. По их данным экстенсивный рост рынка заканчивается и строительным сетям следует большее внимание уделять повышению своей операционной эффективности, в том числе за счет грамотного управления ассортиментом и развития собственных торговых марок. Темпы роста рынка DIY&Household в 2011 году, по предварительным данным INFOLine оказались самыми низкими за последние десять лет, увеличение оборота в рублях составило около 20%, худший результат (12%) был только в кризисном 2009 году.

«Увеличение количества магазинов уже сегодня снижает управляемость и операционные показатели сетей, - комментирует генеральный директор INFOLine Иван Федяков. - Негативные ожидания потребителей в отношении экономической ситуации, а также риски наступления рецессии в России и сокращение объемов ввода жилья и нежилых зданий обусловят снижение темпов роста рынка DIY&Household. При этом объемы продаж в сопоставимых ценах в 2012 г. будут несколько ниже уровня 2011 г., а рост емкости рынка в денежном выражении будет связан с повышением цен. В том числе на импортные товары за счет снижения курса рубля по отношению к доллару не менее чем на 10%».

Сокращение темпов роста спроса для ритейлеров в 2012 г. осложнится ухудшением условий банковского кредитования: снижением доступности кредитов, ужесточением требований по залогу, а также повышением процентных ставок по кредитам. В сочетании с усилением конкуренции на рынках крупных городов, где выход новых игроков приводит к сокращению маржи, аналитики INFOLine прогнозируют снижение темпов органического роста российских DIY-ритейлеров.

Негативное влияние факторов внешней среды приведет к формированию в 2012 г. целого ряда новых вызовов для ритейлеров сегмента DIY&Household. По утверждению экспертов INFOLine, в новых рыночных условиях в 2012 г. компании должны будут уделить больше внимания маркетингу и рекламе, грамотной ассортиментной политике, формированию и развитию портфеля собственных торговых марок, способного обеспечить повышение финансовой эффективности и снизить давление на маржу в условиях усиления ценовой конкуренции.

DIY-ритейлерам следует готовиться к сложному году

Автор: Administrator

03.02.2012 18:09 - Обновлено 03.02.2012 18:16
