

Рубрика «Экспертное мнение» в рамках MosBuild Online
Иван Федяков, генеральный директор ИА INFOLine

Как повлияла пандемия на отрасль. Ваше мнение, сколько потребуется времени на восстановление?

В условиях экономического кризиса агентство INFOLine активно продолжает мониторинг и анализ рынка строительно-отделочных материалов и товаров для дома. Учитывая высокую волатильность рынка, специалисты агентства перешли на еженедельный режим подготовки оперативных отчётов.

Исследования INFOLine показывают, что после всплеска продаж в марте этого года на 7-9% в апреле уже ощущалось снижение покупательской активности и глубокое падение объёмов продаж, вызванное как режимом самоизоляции, так и закрытием большинства физических магазинов. По оценкам INFOLine объем продаж за апрель 2020 года в отрасли снизился не менее чем на 20%, при этом продажи через интернет выросли более чем на 33%, но они не смогли компенсировать полностью снижение объёмов продаж физической розницы.



Российский и иностранные производители, кому сейчас тяжелее?

Российские производители и поставщики строительно-отделочных материалов столкнулись со множеством трудностей в этот период. Запрет на строительство и деятельность производственных предприятий по решению властей остановили работу отрасли, и только

частично работоспособность удалось восстановить в начале мая. Однако, учитывая трудности с поставками сырья и комплектующих, полноценно производственные показатели ещё не восстановлены. При этом предприятия, которые смогли продолжить работу в регионах, где не вводились жесткие ограничения, на начало мая столкнулись с перепроизводством и затовариванием складов. Иностранным поставщикам пришлось решать проблемы с частичным ограничением на перемещение людей и грузов, что также сказалось на перебоях в работе, которые до сих пор остаются актуальными.

Как вы выстроили работу online, удалось ли адаптировать бизнес под текущие реалии?

По объективным причинам в условиях, когда была прекращена работа большинства магазинов сегмента DIY, отрасль столкнулась с феноменальным ростом спроса на дистанционные покупки. Продажи через интернет выросли в несколько раз у всех сетей, которые и ранее развивали омниканальную стратегию. Из 1 000 универсальных и специализированных сетей DIY, проанализированных INFOline, до начала пандемии интернет-магазины имели уже 57% сетей, в то время как среди TOP-50 универсальных сетей DIY этот показатель существенно выше – 84%.

Торговая сеть "Петрович", имея и без того большую базу дистанционных продаж, увеличила ее в 1,5-2 раза в апреле – мае 2020 года. Рост спроса на товары с доставкой отметили и в Leroy Merlin. С переходом 80% гипермаркетов в формат работы dark store нагрузка на online-бизнес выросла в 3-4 раза, уточнили в компании. Торговой сети "Бауцентр" в период ограничительных мер пришлось оперативно перестраивать бизнес-процессы и полностью переходить в online.

У россиян было достаточно много времени, чтобы осуществлять ранее запланированные мелкие ремонтные работы на дому или загородных участках. Безусловно, к такому взрывному росту продаж не была готова инфраструктура компаний. Нарастить ресурсы смогли в основном те, кто уже активно осуществлял продажи через интернет. Тем, кто раньше этого не делал, за такой короткий срок и в столь ограниченных условиях уже не в состоянии это реализовать. В данных условиях преимущества получили компании, работающие по технологии marketplace.

Очень активно многие поставщики и продавцы материалов стали выстраивать сотрудничество с такими marketplace, как "Озон", Wildberries, "Беру!", "Все инструменты.ру" и другими. Это позволило многим продолжить продавать продукцию дистанционно и делать это с минимальными затратами и инвестициями.

Что можете посоветовать из лайфхаков и уже реализованных кейсов российским производителям и поставщикам строительных и отделочных материалов?

Пока рано говорить. Многие проекты только стартуют. Точно нельзя останавливать развитие повышать. Кризис рано или поздно закончится и в новой реальности у компаний должно быть предложение актуальное для «новых» потребителей.

Какой будет наша жизнь после пандемии? Пойдут ли люди на выставки, захотят ли живого общения?

Как показывает опыт европейских и азиатских стран, где уже начинается постепенный выход из условия изоляции, население не очень активно возвращается к прежнему образу жизни. Торговый комплекс, крупноформатные магазины и другие места скопления большого количества людей восстановили только на 50-70% посещаемость по сравнению с докризисной. В дальнейшем нас может ожидать развитие нескольких сценариев. Позитивным можно назвать сценарий, при котором меры властей позволят резко снизить процент заболеваний и компенсировать экономические потери для бизнеса, что восстановит доходы населения и потребительскую активность. Не стоит исключать и негативный сценарий, при котором возможно повторение вспышек заболеваний осенью 2020 года и возвращение к жестким мерам карантина.

В текущий момент можно сказать, что мы живём в условиях аномально высокой неопределённости и сегодня крайне важно отслеживать информацию в режиме постоянного мониторинга. Необходимо анализировать деятельность властей, конкурентов, партнёров и, конечно же, внимательно изучать поведение людей в текущих непростых условиях.