

Рынок Садовых Центров Москвы и Московской области

Исследование консалтинговой группы «Ритейлсервисез» www.retailservices.ru

Москва, декабрь 2010 г.

Экономическая ситуация

На момент написания исследования рынок товаров для сада в России оценивался в районе 80 млрд. рублей, из которых пятая часть приходится на Москву и московскую область, а это 16 млрд. рублей. Половину рынка товаров для сада Московского региона охватывают садовые отделы крупных гипермаркетов товаров для дома и дачи, оставшаяся часть в 8 млрд. на 50% остается на долю садовых рынков, и крупных садовых центров с питомниками, и остальные 50% (4 млрд. руб.) распределяются между мелкими и средними садовыми центрами и магазинами хозтоваров.

Объем рынка

По оценкам специалистов «РитейлСервисез» в ближайшем подмосковье на постоянной (из года в год, более 5 лет) основе работают более 180 Садовых центров и питомников растений. Самыми загруженными направлениями по количеству садовых центров можно считать Новорижское, Киевское, Калужское и Новорязанское и Дмитровское шоссе. Более 85% садовых центров расположены в 20-километровой зоне от МКАД, 10% до 30км от МКАД и только 5% дальше 50 км от МКАД.

Основные игроки

На рынке Садовых центров Москвы можно выделить три категории бизнеса. Малые садовые центры с площадью до 500 м.кв., средние садовые центры и садовые рынки с площадью до 1000 кв.м., питомники растений с розничными площадками для продажи растений и сопутствующих товаров и крупные садовые центры формата супер и гипермаркет. К первым относятся частные компании, ЧН, ПБЮЛ, разворачивающие торговлю в период май-октябрь вдоль крупных трасс, преимущественно по стороне от Москвы удаленностью от МКАД до 30 км.

Садовые центры с площадью более 1000 м.кв. и садовые рынки преимущественно расположены в 10-километровой зоне от МКАД, причем вторые чаще всего соседствуют со строительными и продуктовыми рынками.

Крупнейшими садовыми рынками можно назвать два рынка «Садовод» на севере и востоке МКАД, Единственный же специализированный Садовый центр формата гипермаркет расположен на Востоке МКАД и принадлежит с 2008 года сети Садовых центров из Санкт-Петербурга «Зеленая страна», франшиза INTRATUIN (Голландия). До 2008 года этот садовый центр занимала «Белая дача» со своим неудавшимся проектом садовых центров.

Садовые центры площадью от 500 до 2000 м.кв. представлены в специализированных гипермаркетах товаров для дома и ремонта DIY (Do-it-yourself – Сделай Сам): ОБИ, Касторама, ЛеруаМерлен, ХоумЦентр.

Обслуживание

Качество товара и обслуживание напрямую зависит от размера Садового центра и его «внешнего вида». Если это временный, летний садовый центр с самодельным забором и персоналом из южных стран, совсем не говорящим по-русски, то качество посадочного материала и обслуживания здесь соответственное. Покупатель уже разбирается, что «дешево – не значит сердито» и не собирается выкидывать на ветер значительные средства. Качество посадочного материала – залог приживаемости и выживания этого материала после посадки в непростых погодных условиях средней и центральной полосы России. Засуха 2010 года показала, что экономия выходит дополнительными затратами на повторную покупку посадочного материала. Клиент требует сервиса, в виде консультаций, услуг по доставке товара, его посадке, доращиванию и уходу и малые садовые центры не в состоянии дать подобного рода услуг, что обусловлено минимум вложений в его организацию и неприспособленности к качественному сервису. Такой сервис возможен только от средних и крупных садовых центров.

Перспективы

2010 год ознаменовался объявленным началом строительства в Московской области первого Садового центра «ХОМГАРТ» (Совместный проект компании «ХОМГАРТ» и Издательского дома «Медиатест», согласно заявлению организаторов проекта Садовый центр в 1000 м.кв. должен быть открыт к лету 2011 года. В разработке проекты садовых центров корпорации «Палисад», а также проекта франшиз садовых центров «СадОгород». Согласно выявленной статистике рынок показывает ежегодный рост в размере 20% ежегодно (исключением может составить 2010 год, ввиду сложных климатических условий и потерь, понесенных основными игроками. По предварительной оценке специалистов «РитейлСервисез» рынок товаров для сада вырос только на 5-7% относительно 2009 года). Прошедший год можно скорее считать исключением и прогнозировать, что в 2011 году рынок «нагонит» свое отставание 25-30% ростом. На лицо все предпосылки для динамичного роста данного сегмента рынка.

О «РитейлСервисез».

Консалтинговая группа «РитейлСервисез» - Концепции Садовых центров, и сетей формата DIY. Ассортимент, мерчендайзинг, магазиностроение и StartUp новых проектов. Индивидуальный подход, европейское качество сервиса и умеренная стоимость работ.