



Развитие специализированной розницы

Мария Гаранина

Руководитель направления по работе с
розничными сетями Сибири и Дальнего Востока

27 октября 2022

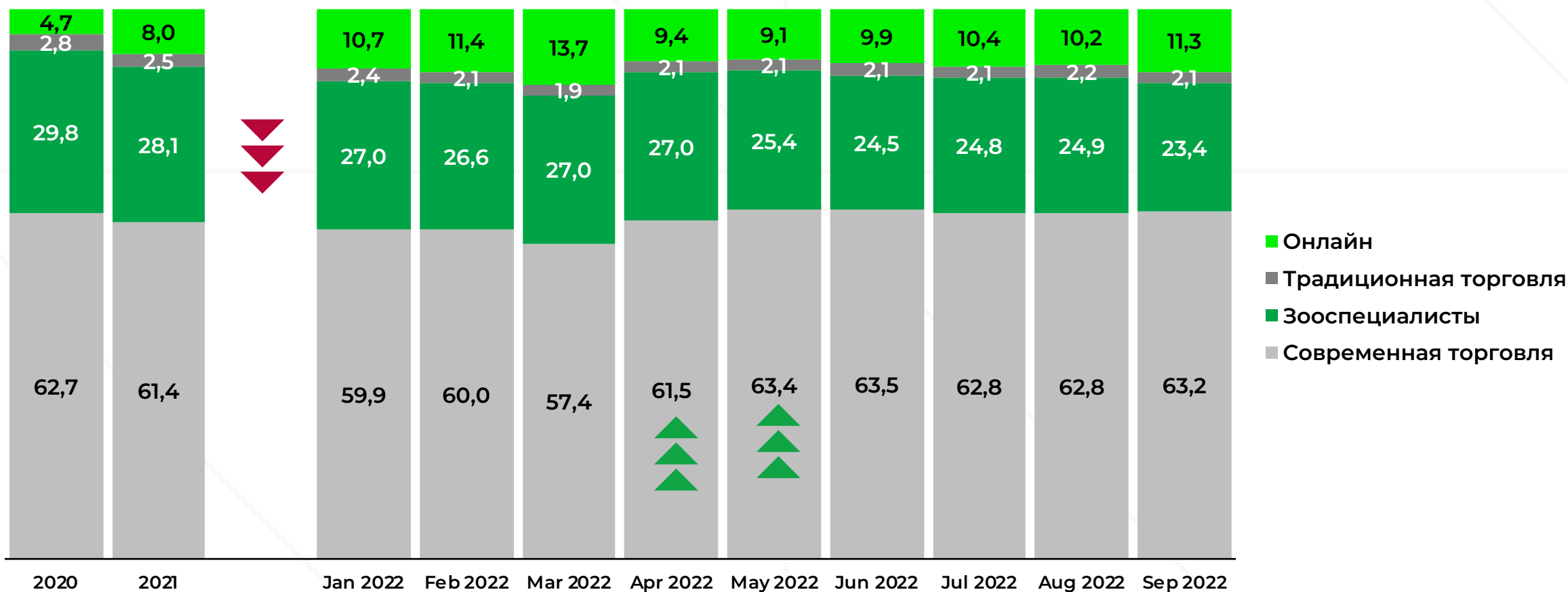


Зооспециалисты

Ранее значимость канала специалистов сокращалась в основном в пользу онлайн продаж, но в 2022 начался прирост современной торговли

Доля продаж каналов в денежном выражении, %

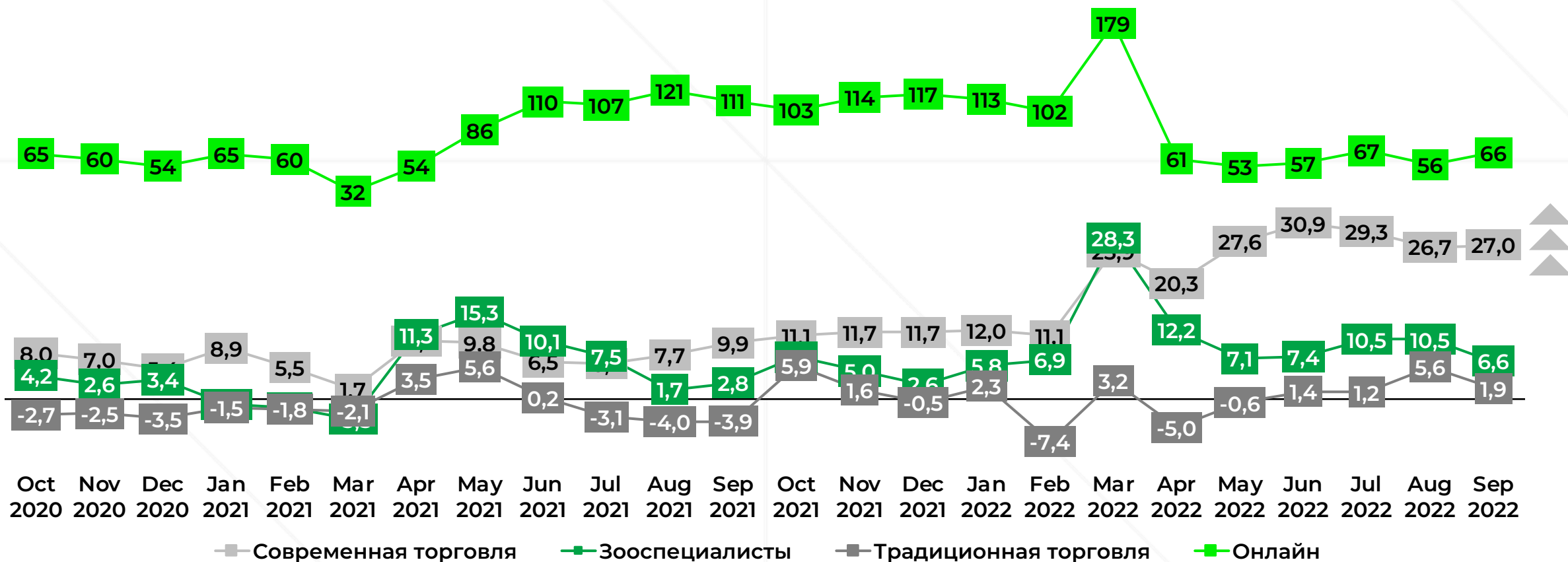
Индустрия товаров для животных состоит из суммы 4 категорий: корм для кошек, собак, лакомства для кошек и собак, наполнитель для кошачьего туалета



Прирост продаж в современной торговле стабилизировался на новом, более высоком, уровне после ажиотажной закупки в марте 2022, а зооспециалисты вернулись к докризисному росту

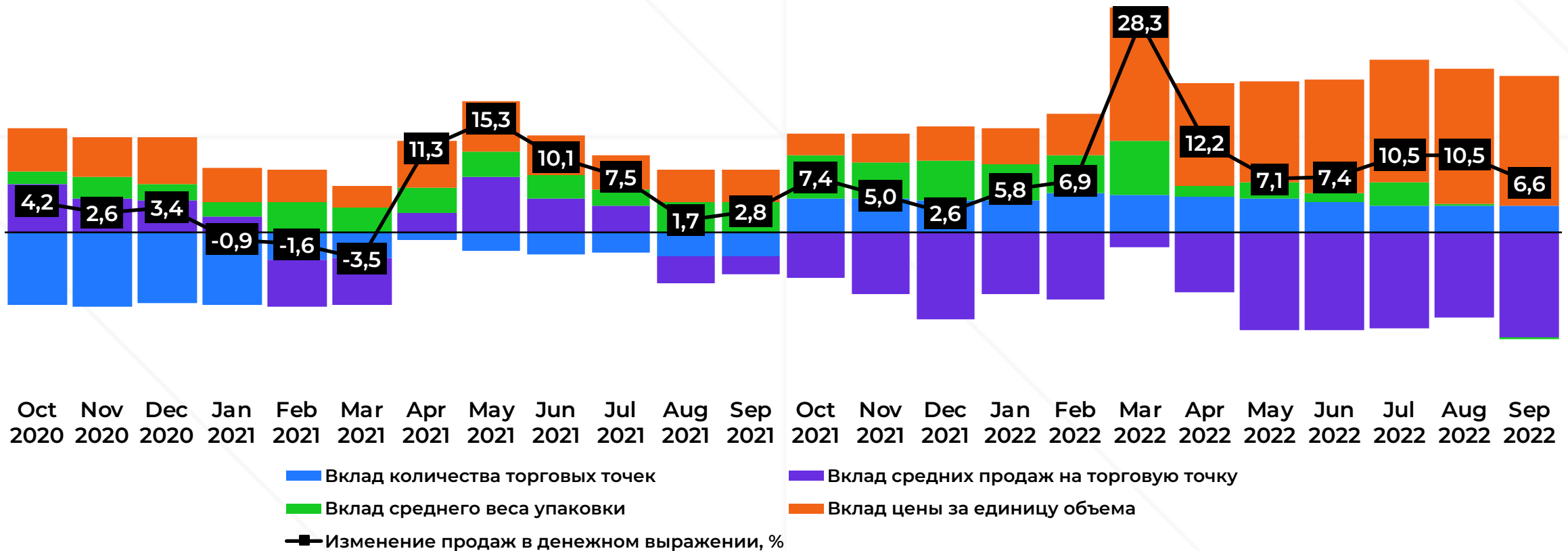
Изменение продаж в денежном выражении относительно аналогичного периода прошлого года, %

Индустрия товаров для животных состоит из суммы 4 категорий: корм для кошек, собак, лакомства для кошек и собак, наполнитель для кошачьего туалета



На фоне ускорения инфляции происходит более значительное сокращение спроса, а тренд на большие размеры упаковок постепенно сходит на нет

Декомпозиция изменения продаж в денежном выражении в канале Зооспециалистов
 Построена с помощью мультипликативной факторной модели декомпозиции на уровне категорий

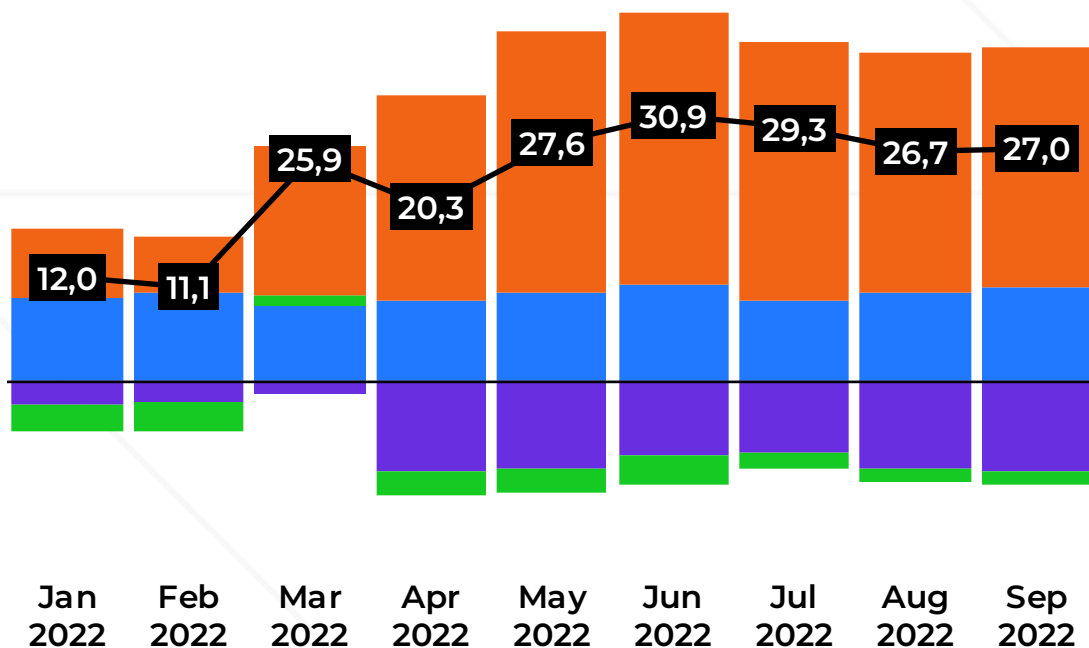


Несмотря на более высокий уровень инфляции в современной торговле, сокращение спроса в каналах сопоставимо

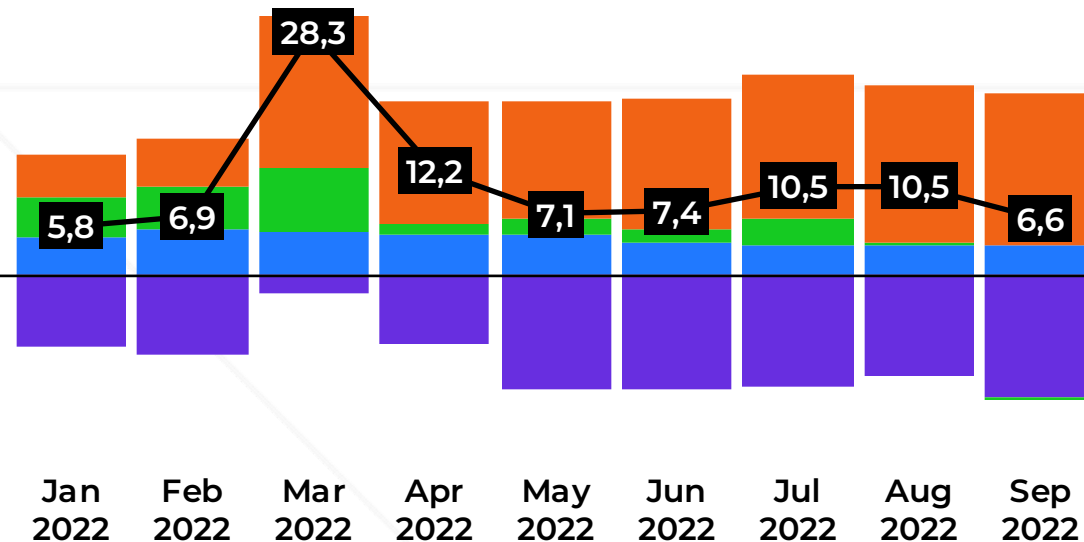
Декомпозиция изменения продаж в денежном выражении

Построена с помощью мультипликативной факторной модели декомпозиции на уровне категорий

Современная торговля



Зооспециалисты



Вклад количества торговых точек

Вклад среднего веса упаковки

Изменение продаж в денежном выражении, %

Вклад средних продаж на торговую точку

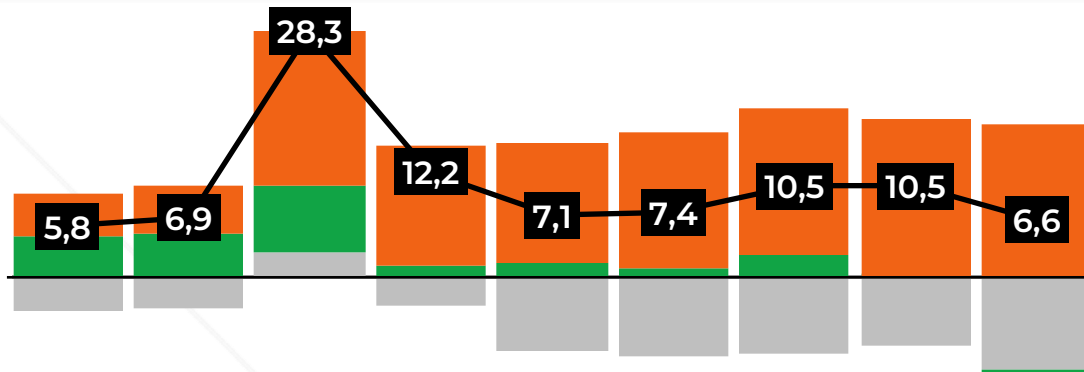
Вклад цены за единицу объема

Вес возможно утек в онлайн

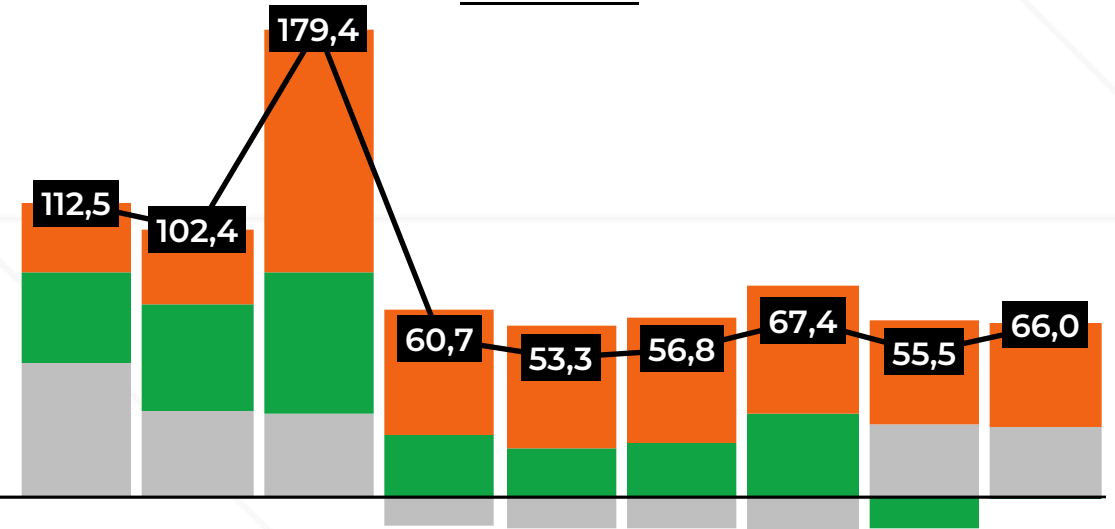
Декомпозиция изменения продаж в денежном выражении

Построена с помощью мультипликативной факторной модели декомпозиции на уровне категорий

Зооспециалисты



Онлайн



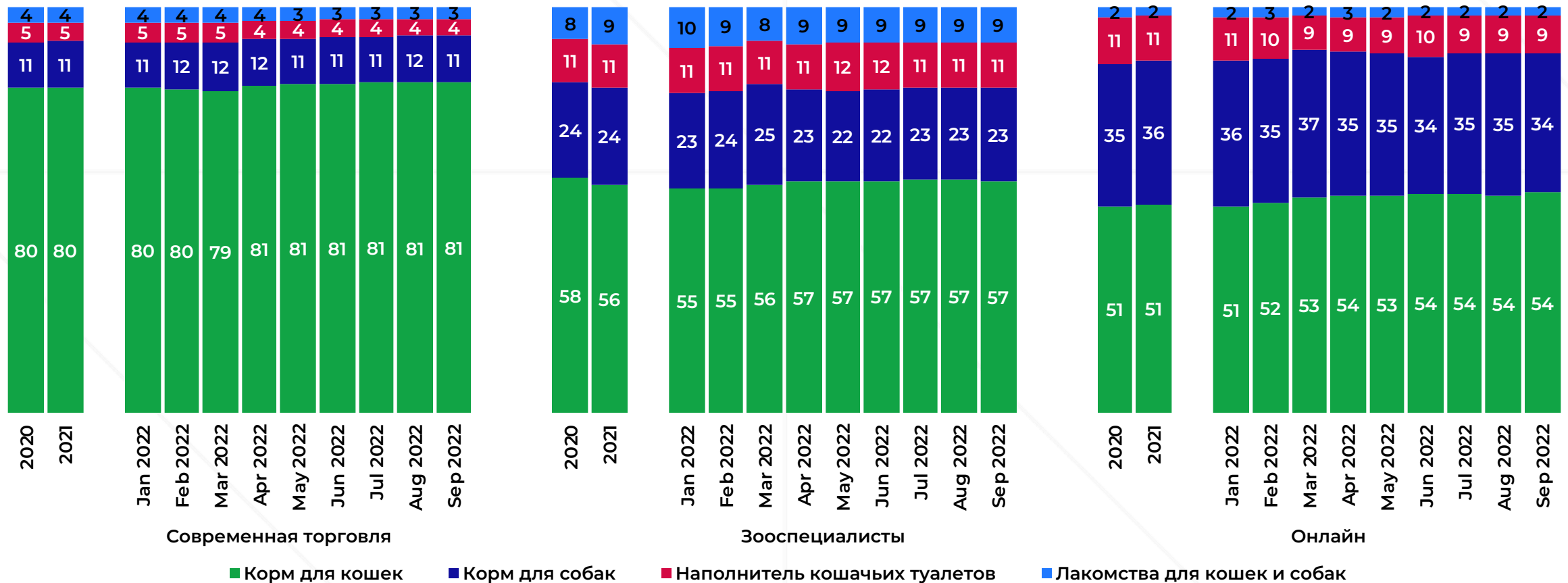
Jan 2022 Feb 2022 Mar 2022 Apr 2022 May 2022 Jun 2022 Jul 2022 Aug 2022 Sep 2022

Jan 2022 Feb 2022 Mar 2022 Apr 2022 May 2022 Jun 2022 Jul 2022 Aug 2022 Sep 2022

Вклад от изменения продаж в натуральном выражении
 Вклад среднего веса упаковки
 Вклад цены за единицу объема
 Изменение продаж в денежном выражении, %

Наполнение канала специалистов более диверсифицировано в сравнении с другими рынками, но значимость корма для кошек прирастает везде

Доля продаж в денежном выражении, %



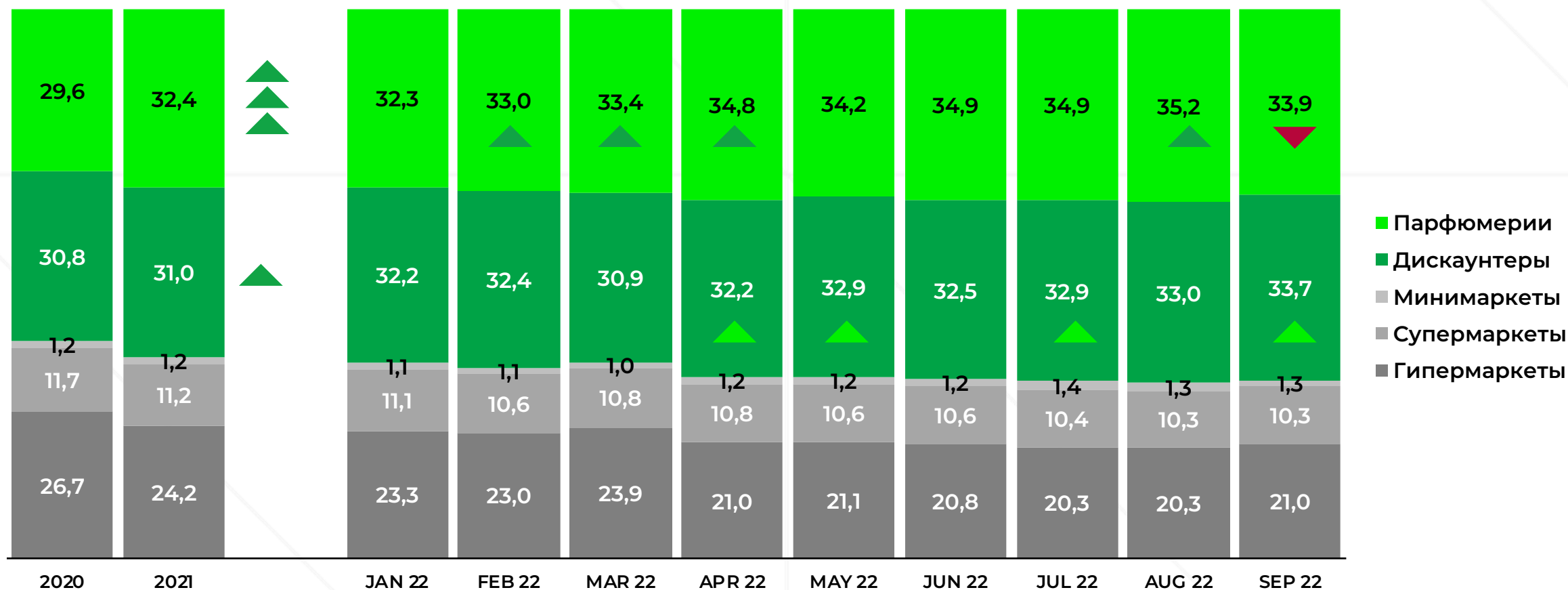


Парфюмерии

Парфюмерии показали наибольший прирост значимости в 2021 году, а после кризиса самым быстрорастущим стал канал Дискаунтеров

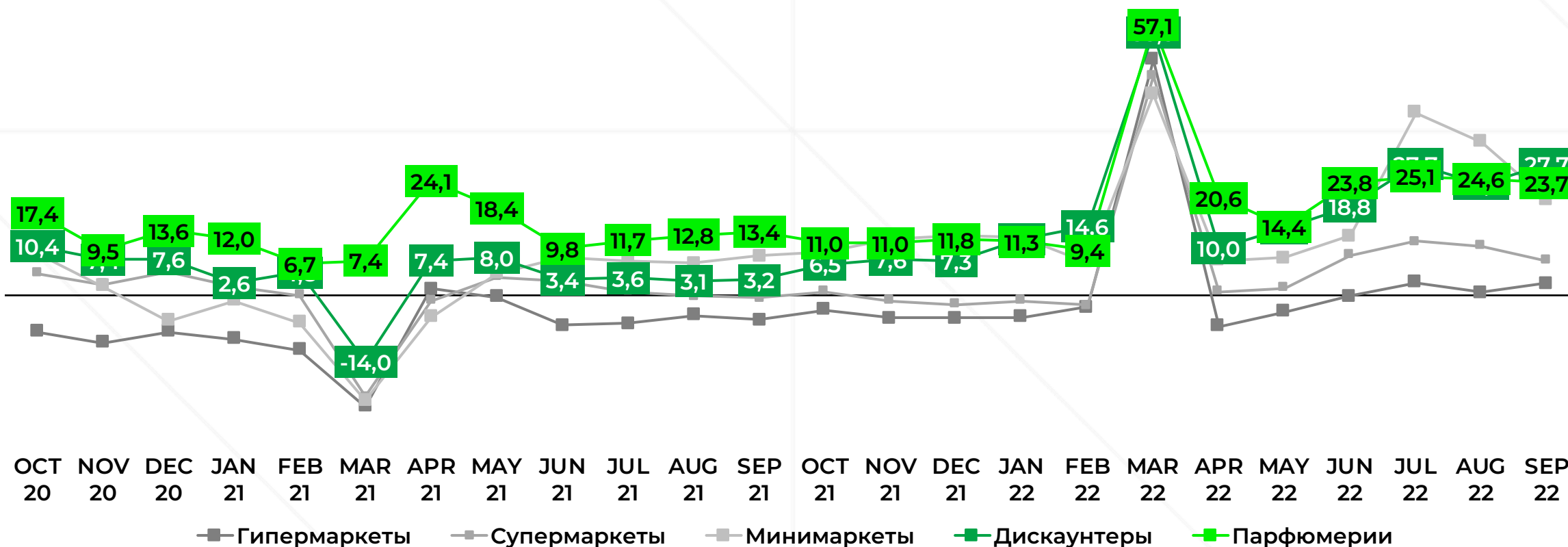
Доля продаж каналов в денежном выражении, %

Группа непродовольственных товаров состоит из 65 категорий, для которых доступен аудит на рынке Scantrack



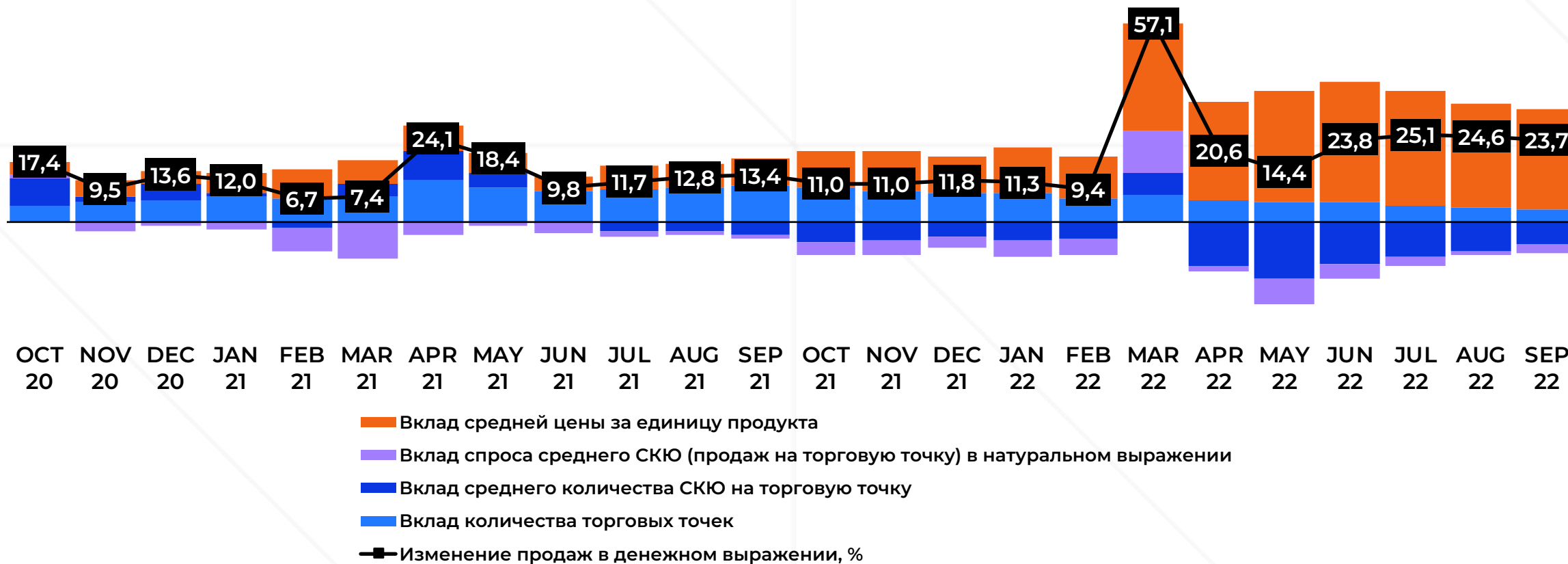
Послекризисный темп роста Дискаунтеров выравнивается на уровне роста Парфюмерий

Изменение продаж в денежном выражении относительно аналогичного периода прошлого года, %
 Группа непродовольственных товаров состоит из 65 категорий, для которых доступен аудит на рынке Scantrack



Рост продаж в Q2-3'22 обусловлен в основном усилением инфляции в канале на фоне значительного сокращения ассортимента

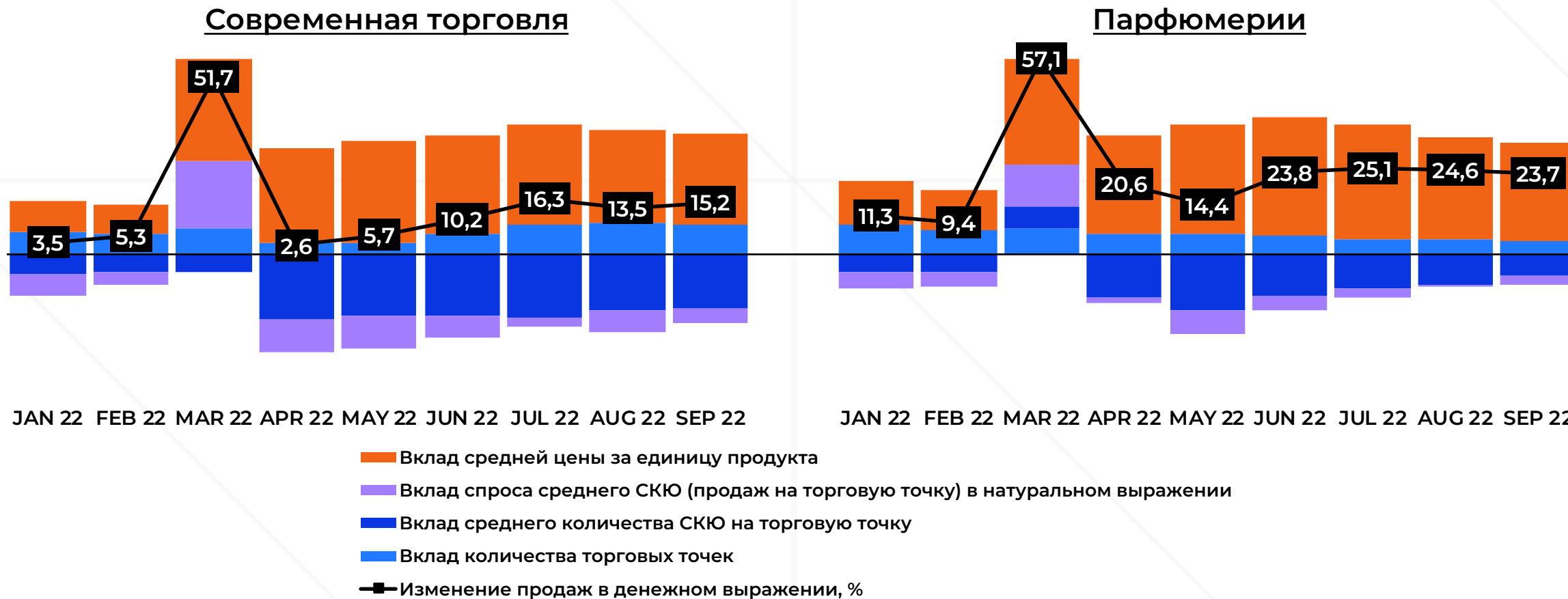
Декомпозиция изменения продаж в денежном выражении в канале Парфюмерий
 Построена с помощью мультипликативной факторной модели декомпозиции на уровне категорий



Сокращение ассортимента в большей степени затронуло современную торговлю, но инфляция в Парфюмериях выше

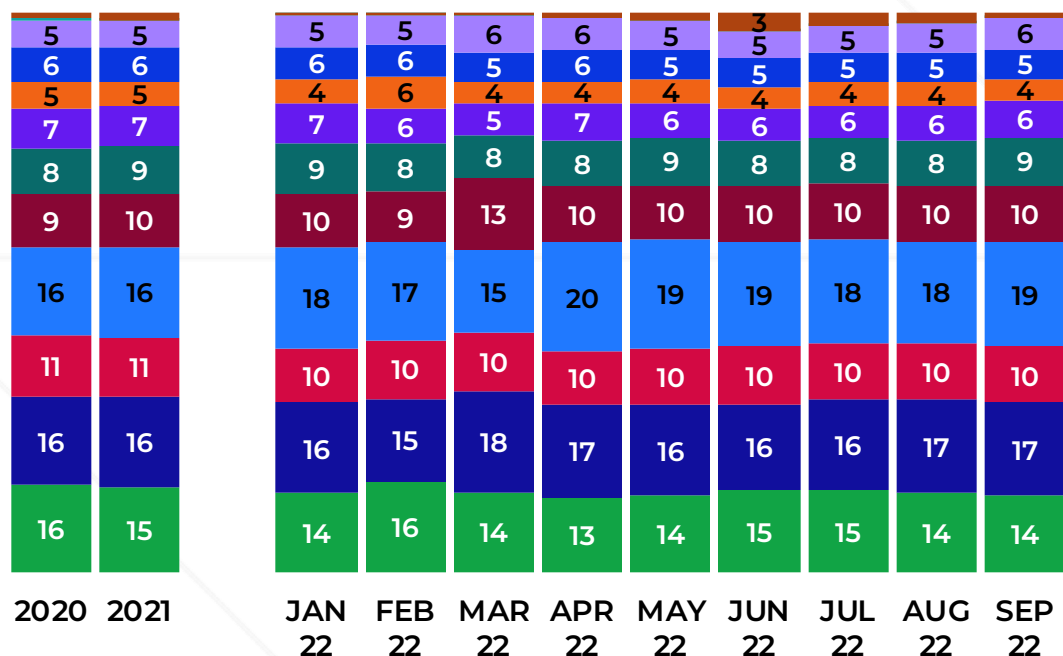
Декомпозиция изменения продаж в денежном выражении

Построена с помощью мультипликативной факторной модели декомпозиции на уровне категорий



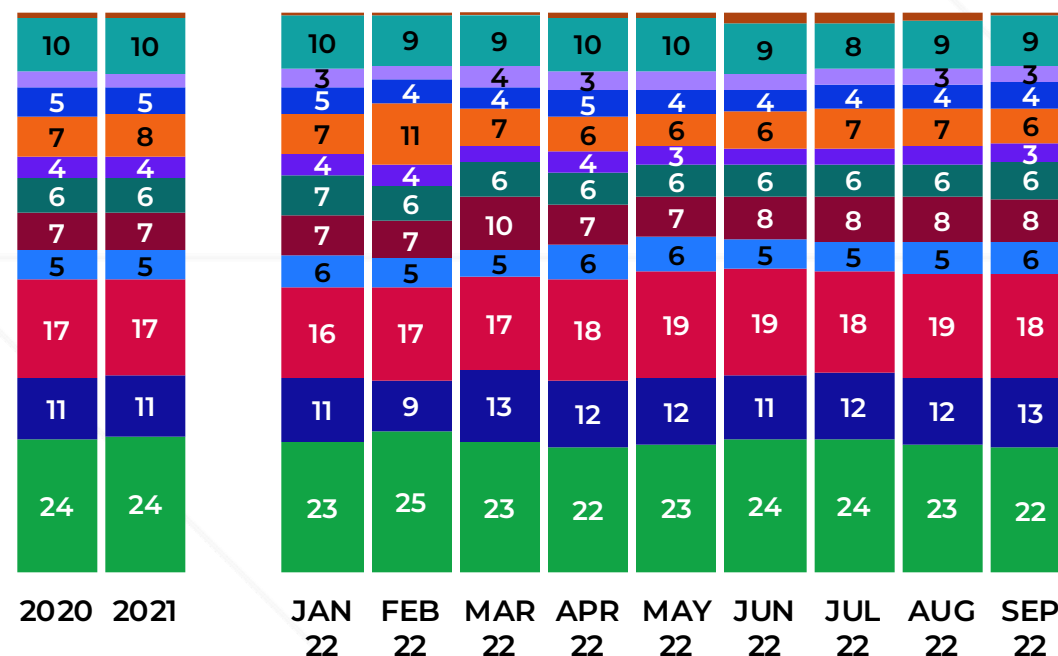
Наиболее заметный прирост значимости в современной торговле приходится на ватно-бумажную продукцию, а в Парфюмериях активно развивается уход за волосами

Доля продаж в денежном выражении, %



Современная торговля

- Персональный уход
- Здоровье & Гигиена
- Чистящие средства
- Средства для стирки
- Уход за полостью рта
- Средства для мытья посуды



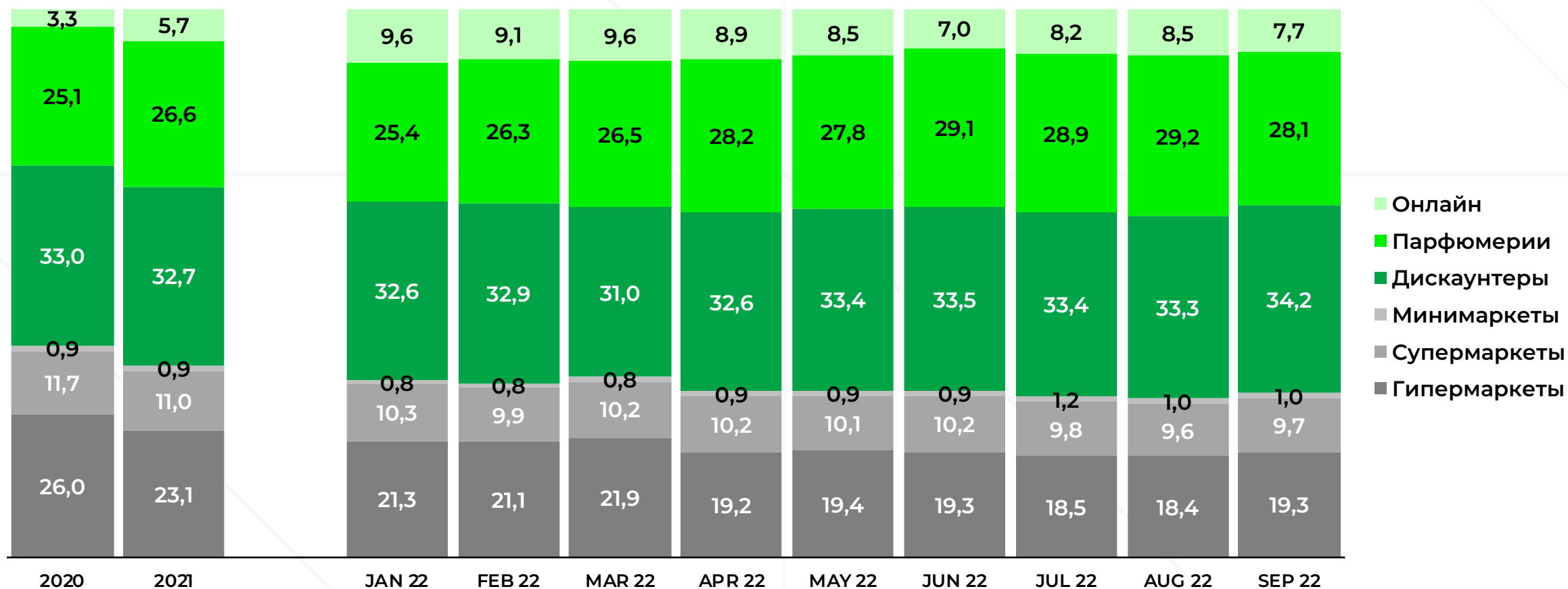
Парфюмерии

- Уход за волосами
- Макияж
- Ватно-бумажная продукция
- Средства для бритья
- Товары для борьбы с насекомыми

Значимость онлайн сокращается относительно Q1'22 в пользу Парфюмерий и Дискаунтеров

Доля продаж каналов в денежном выражении, %

Группа непродовольственных товаров состоит из 22 категорий, для которых доступен аудит на рынках Scantrack и E-Commerce

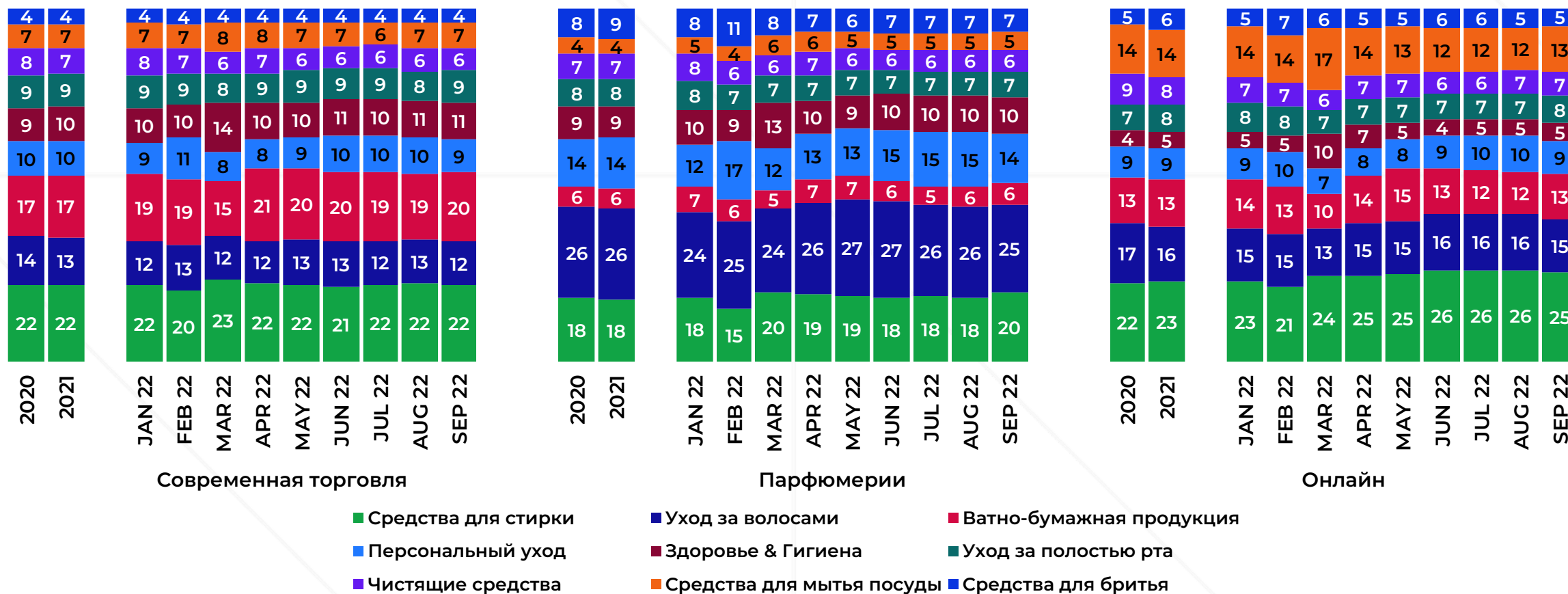


Источник: NielsenIQ Ритейл-аудит | Рынок: Total Mixed & Drug Specialists & Total E-Commerce | Продукты: Группа непродовольственных товаров (22 категории, для которых доступен аудит на рынках Scantrack и E-Commerce)

© 2022 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Средства для стирки и мытья посуды заметно значимее в онлайн канале, а специалисты больше про уходовые товары для себя

Доля продаж в денежном выражении, %



Источник: NielsenIQ Ритейл-аудит | Рынок: Total Mixed & Drug Specialists & Total E-Commerce | Продукты: Группа непродовольственных товаров (22 категории, для которых доступен аудит на рынках Scantrack и E-Commerce)

Следите за результатами свежих исследований от NielsenIQ
в нашем телеграм-канале: t.me/nielsenrussia

