Собрать школьника к учебному году на маркетплейсах стало дороже в среднем на 11,4%

Тематика: **Потребительский рынок**
Статьи и исследования

г. Москва

Дата публикации: 19.08.2022

Дата мероприятия / события: 19.08.2022

Сервис аналитики маркетплейсов Sellematics в преддверии 1 сентября посчитал динамику цен на популярные товары, составляющие основу “продуктовой корзины” школьника.

Аналитики составили два перечня товаров, которые обычно приобретают к началу учебного года: для мальчиков и для девочек. Список вещей для мальчика состоит из двух пар брюк, трёх рубашек, джемпера, пары футболок, спортивного костюма, детских туфель, кроссовок, ботинок и пяти пар носков. Список для девочки чуть длиннее, он состоит из пары платьев и пары юбок, трёх блузок, джемпера, двух футболок, трёх пар колготок, детских туфель, ботинок, кроссовок и набора носков.

Согласно исследованию Росстата, собрать в школу первоклассника по ценам июля 2021 года стоило 19,9 тыс. р., а первоклассницу — 24,1 тыс. р. На Wildberries цена такой же корзины в июле 2021 года составляла 22,7 тыс. р. для мальчика и 26,7 тыс. для девочки. На Ozon в прошлом году собрать первоклассника обошлось бы в 24,6 тыс. р., а первоклассницу — 29,7 тыс.

В июле этого года на Wildberries одежда для девочки подорожала на 20%, а для мальчика на 14%. Канцелярские принадлежности подорожали в среднем на 21%. На Ozon подорожание одежды как для мальчиков, так и для девочек составило 8%, а цена канцелярских принадлежностей практически не изменилась.

Цена на расширенную корзину для школьника, составленную аналитиками сервиса Sellematics, на Wildberries за год повысилась в среднем на 5 тыс. р. При этом корзина для девочки была традиционно дороже корзины для мальчика. В прошлом году она стоила дороже на 4 тыс. р., в этом году разрыв увеличился до 5 тыс. Собрать в школу девочку на Wildberries в этом году стоит 35 705 р., а мальчика — 30 172 р.

Цена на корзину школьницы в этом году на Ozon повысилась на 1 тыс. р. и составляет 35 295 р., а для школьника повышение цены корзины составило две тысячи рублей и теперь купить всё необходимое на этом маркетплейсе можно за 31 147 р. Разница между корзинами для мальчика и для девочки в прошлом году составляла 5 тыс. р., а в этом году сократилась до 4 тыс.

«Несмотря на уход некоторых брендов с российского рынка, повышение цен на товары для школьников в сравнении с прошлым годом не столь значительно, как того можно было ожидать, — комментирует Дарья

Ткаченко, CEO компаний Sellematics и Selmonitor. — Для покупателей на маркетплейсах в данных категориях стоимость товаров — это чаще всего ключевой фактор выбора, поэтому продавцы сейчас делают всё, чтобы сдерживать цены: находят новых поставщиков и тестируют новых производителей, предлагают акции. Многие даже демпингуют, чтобы увеличить продажи и поддерживать нужный объём — это определяет успешность и позиции конкретного магазина на маркетплейсе».

Справка о компании

Sellematics.com — российская SaaS-платформа для глубокой аналитики с маркетплейсов и онлайн-ритейлеров. Система собирает открытые данные со всех ведущих маркетплейсов, ведет оценку оборота и объема продаж. Компания также оказывает дополнительные услуги, связанные с продажами и продвижением на маркетплейсах, для малого, среднего и крупного бизнеса.

Еще один продукт компании — Sellmonitor.com, доступный инструмент для анализа и увеличения продаж, специализирующийся на сервисе для индивидуальных предпринимателей и частных продавцов, которые работают с маркетплейсами напрямую.

Постоянная ссылка на материал: http://www.smi2go.ru/publications/146050/