

РЫНОК ОПТИКИ – 2022:

обзор ключевых показателей

I полугодия



Уважаемые партнеры!

К концу первого полугодия 2022 года рост ВВП по оценке Минэкономразвития составил всего 0,5% в годовом сравнении.

Основными факторами снижения эксперты назвали транспортно-логистические ограничения и сокращение внутреннего спроса. Разумеется, ключевая роль также принадлежит наложенным на Россию санкциям и изменению курса валют, которые коснулись как продавцов, так и покупателей.

Например, потребительская активность в мае стабилизировалась на низких уровнях, как сообщается в официальном обзоре ведомства, а суммарный оборот розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению сократился на 7,5% г/г.

Вместе с этим, инфляция с начала 2022 года составила 11,80%, а в годовом исчислении - 17,11% (по другим оценка 16,2%).

В нашем регулярном обзоре предлагаем посмотреть, как данные изменения отразились на рынке очковой оптики в 1 полугодии 2022 года.

Всегда на связи,

Команда ITigris

О компании



С 2009 года ITigris поддерживает высокие стандарты работы, которым доверяют лидеры рынка – Alcon, Essilor, Cooper Vision и другие.

Является участником ИТ-кластера Сколково и входит в топ-50 российских компаний, занимающихся Big Data.

Продукт-флагман нашей компании — система управления оптикой ITigris Optima, которую используют более 17000 специалистов для решения рабочих задач.

1500+ салонов оптики в России, СНГ и странах Африки выбрали инструменты ITigris для решения своих бизнес-задач.

Миссия – внедрять технологичные решения на рынок очковой оптики, делая работу каждого его участника удобной и эффективной.

Методология

Статистика собрана на основании данных салонов оптики – пользователей системы Optima.



Обзор подготовлен на основании данных 1500+ салонов оптики – пользователей ITigris Optima. Все данные обезличены, агрегированы до уровня регионов и анонимны. Используются данные активных салонов оптики, т.е. имеющих хотя бы 1 продажу за период.

География:



Рассматриваемый период: с 1 января 2022 по 30 июня 2022гг.*

* В некоторых разделах произведено сравнение показателей с данными за аналогичный период 2021/2020 года.

Салоны

Среднемесячная выручка, среднемесячное количество заказов на очки 1 салона и средний чек на очки по стране и в регионах.

Товары

Изменение закупочной стоимости, среднего чека и наценки в регионах на некоторые категории товаров.

Покупатели

Доли продаж по половозрастным группам. Сравнение среднего и медианного чеков.

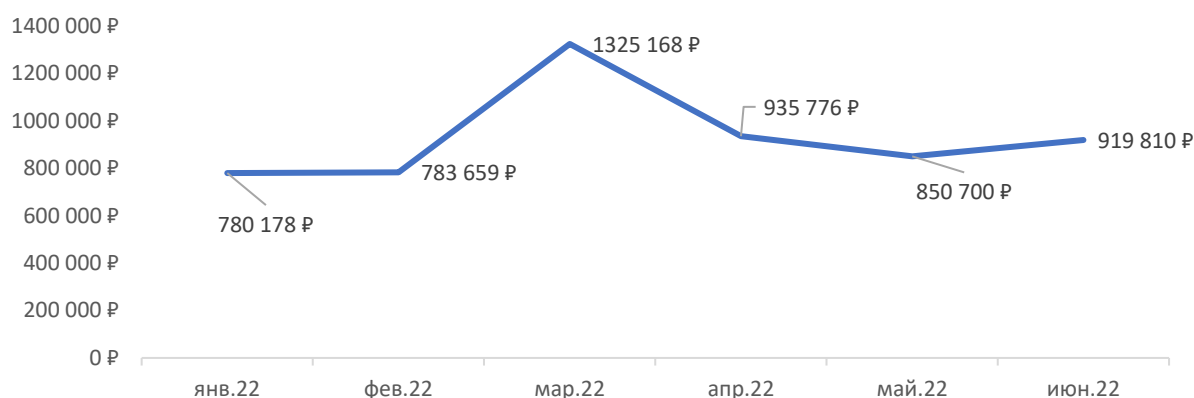
Заключение

С начала года среднемесячная выручка 1 салона постепенно росла, показав максимальный прирост - 69% - в марте относительно февраля. Это самый высокий показатель прироста в месяц за последние 3 года.

Однако за ним сразу последовало стремительное падение показателя на 29% в апреле, продолжившееся в мае убылью еще на 9%.

И лишь в июне среднемесячная выручка 1 салона вернулась к положительной динамике с показателем прироста 8%.

Динамика среднемесячной выручки 1 салона
1 полугодие 2022г.



Если сравнивать динамику среднемесячной выручки с прошлым годом, то тенденция прироста в марте сохранилась, хотя ее темпы в текущем году кратно выросли, а темпы убыви в мае-июне 2021 года были сдержаннее, чем в апреле-мае 2022 года.

Благодаря максимальному приросту в марте общий прирост среднемесячной выручки 1 салона в июне относительно января 2022 года составил 18%, тогда как в 2021 году показатель за полгода прирос на 12%.

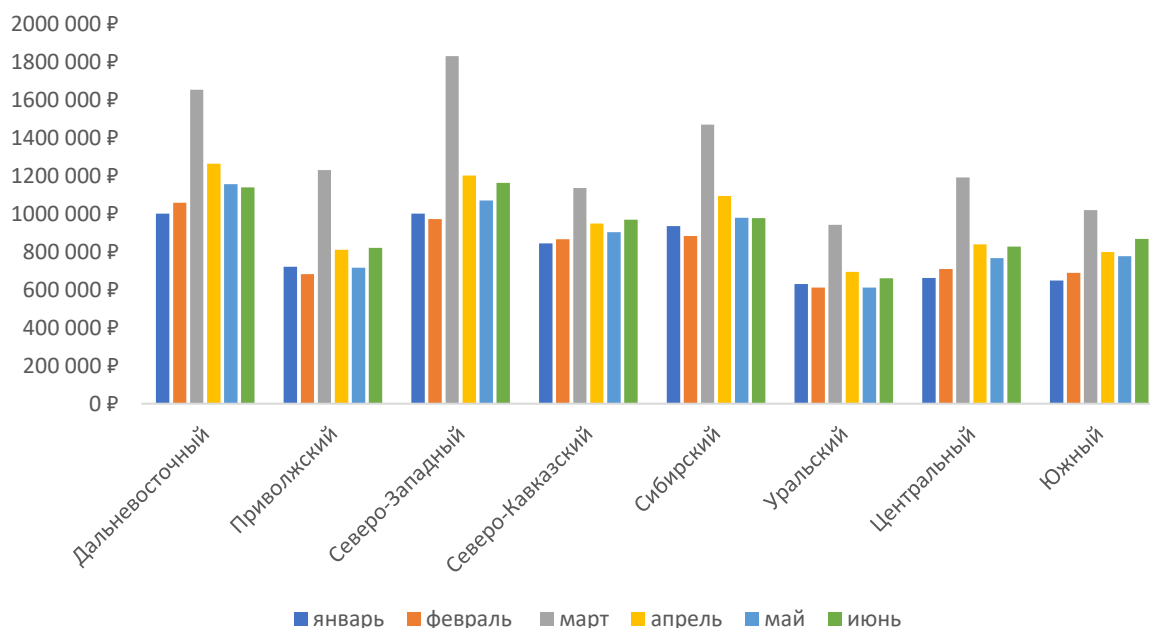
Среднемесячная выручка 1 салона
1 полугодие 2021/2022



К концу первого полугодия 2022 года среднемесячная выручка 1 салона во всех регионах превысила значения января. Однако темпы прироста существенно отличаются: в Сибири и на Урале прирост был минимальным и составил 4% и 5% соответственно, на Дальнем Востоке, Северо-Западе, Северном Кавказе и в Приволжском округе показатель увеличился на 14%-16%, в Центральном регионе вырос на 25%, а на Юге превысил 34%.

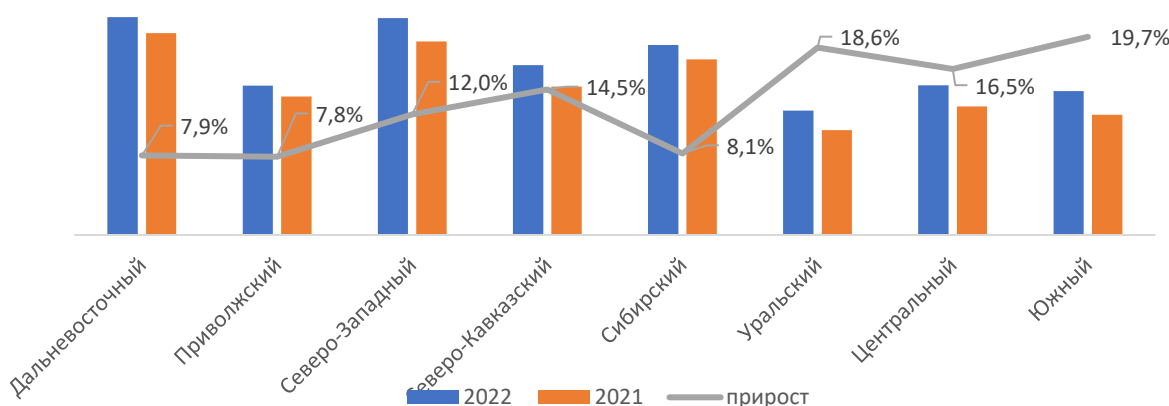
При этом максимальный ежемесячный прирост во всех регионах наблюдался в марте (от 48% на Юге до 88% на Северо-Западе), а апрель и май характеризовался существенной убылью - от 20% на Северном Кавказе до 45% в Приволжском регионе.

Среднемесячная выручка 1 салона в регионах



Средняя полугодовая выручка 1 салона в первом полугодии 2022 года показала во всех регионах положительный прирост относительно аналогичного периода прошлого года. При этом в Южном регионе показатель прирост самый высокий - 19%, а в Приволжском и Дальневосточном регионе не превысил 8%.

Динамика полугодовой выручки 1 салона в регионах
1 полугодие 2021/2022

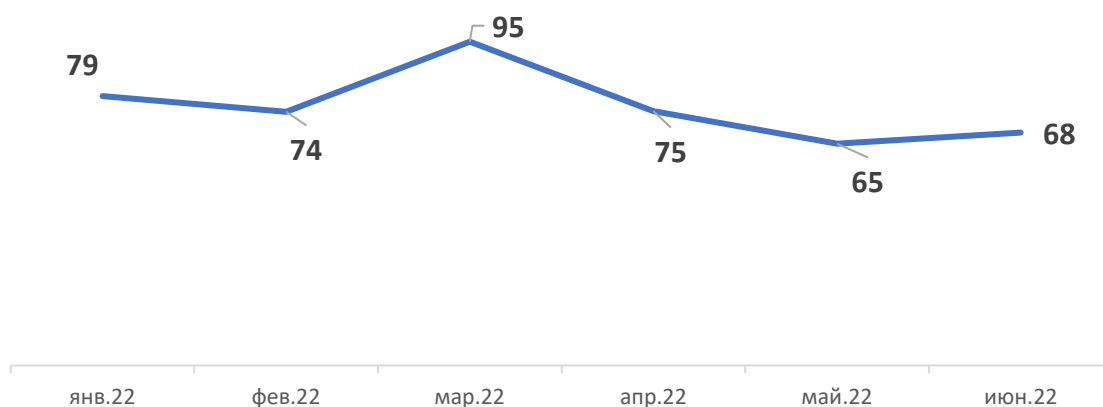


В то время, как среднемесячная выручка 1 салона к концу 1 полугодия 2022 выросла относительно начала периода в регионах и в целом по России, среднемесячное количество заказов на очки на 1 салон продолжило отрицательную тенденцию последних 2 лет.

После уменьшения на 6% в феврале относительно января в марте среднемесячное количество заказов на очки в 1 салоне выросло почти на треть - 27%.

Однако прирост сменился затяжным спадом в апреле (-21%) и мае (-13%), и лишь в июне показатель вернулся к положительному значению - +5%.

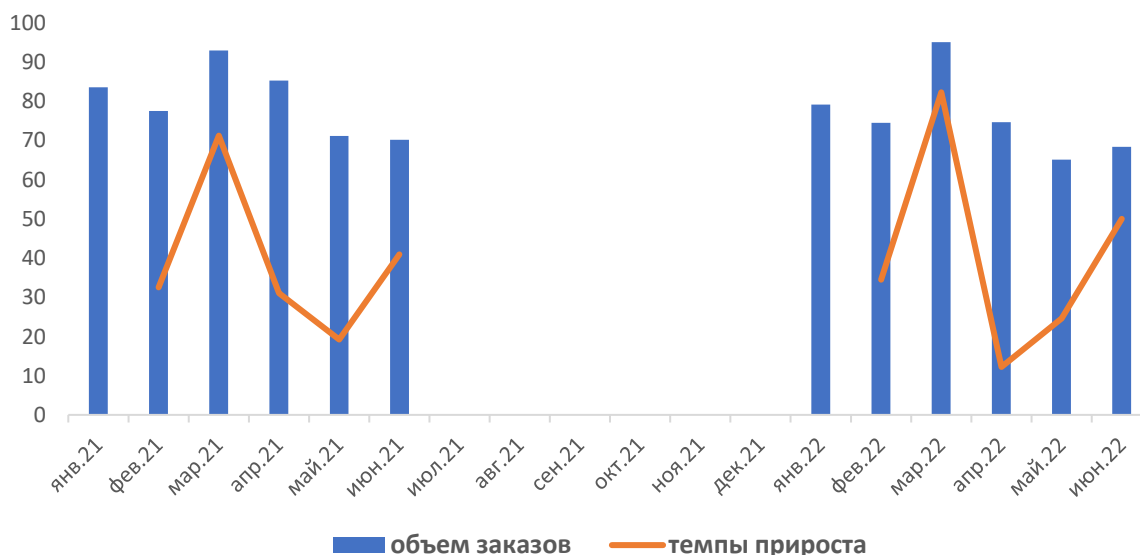
Среднемесячное количество заказов на очки на 1 салон



В прошлом году почти все первое полугодие среднемесячное количество заказов на очки уменьшалось, за исключением прироста в марте на 20%.

Из-за затяжной отрицательной динамики итоговая убыль показателя в июне относительно января в 2021 году составила -16%, тогда как в первом полугодии 2022 года благодаря росту в марте и июне разрыв сократился, хоть и остался отрицательным - 13,6%.

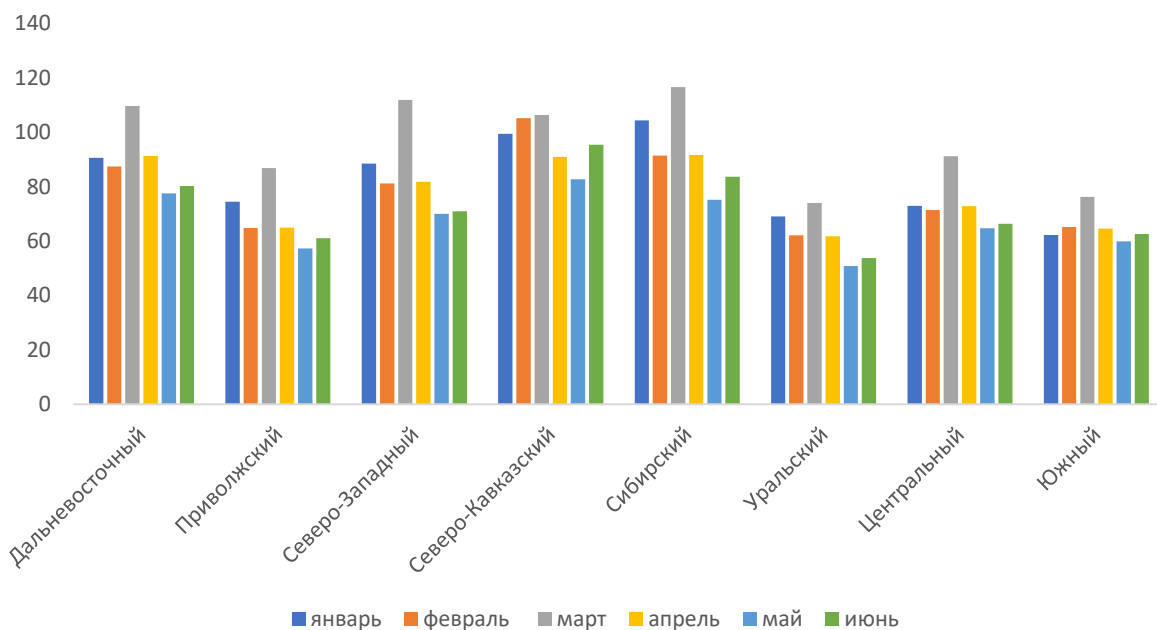
Среднемесячное количество заказов на очки
1 полугодие 2021/2022



Среднемесячное количество заказов на очки уменьшилось к концу полугодия во всех регионах, за исключением Юга - там показатель прирос на 0,6%. В остальных регионах значение июня было меньше январского от минимальных -4% на Северном Кавказе до максимальных -22% на Урале.

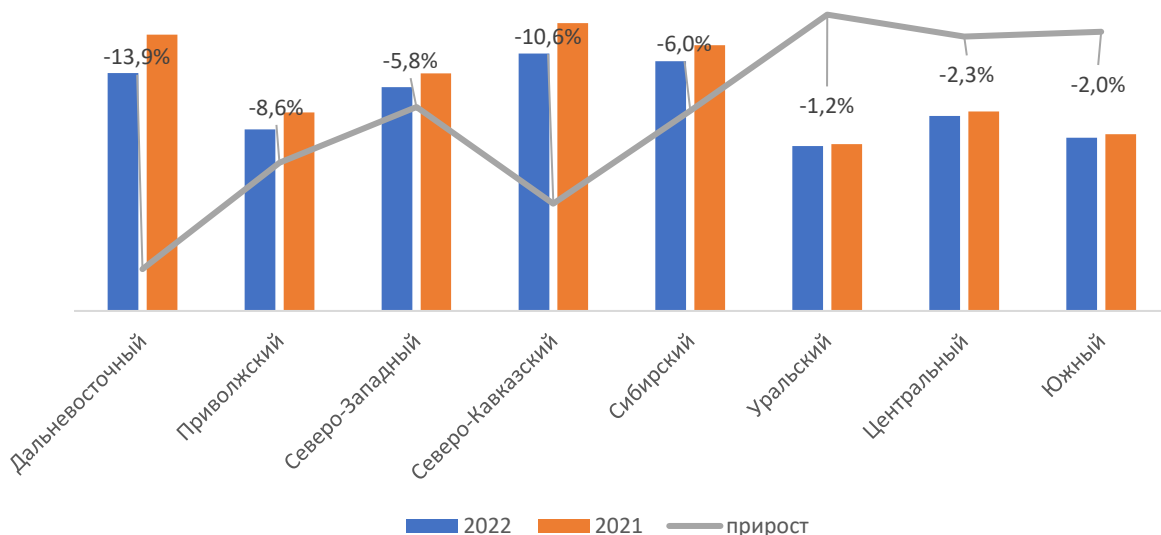
При этом в марте во всех регионах наблюдался существенный прирост (на Северо-Западе до 38%), однако в апреле-мае во всех регионах количество заказов на очки также значительно сокращалось, и лишь в июне вернулась положительная динамика.

Среднемесячное количество заказов на очки в 1 салоне в регионах



Среднее полугодичное количество заказов на очки 1 салона в первом полугодии 2022 года показало во всех регионах сокращение относительно аналогичного периода прошлого года. При этом на Урале отставание составило минимальный 1%, а на Дальнем Востоке – почти 14%.

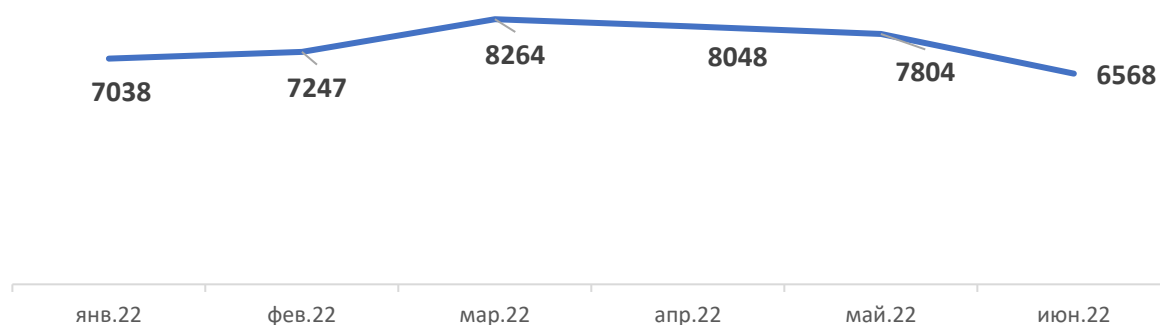
Динамика среднеполугодичного количества заказов на очки в регионах 1 полугодие 2021/2022



Средний чек на очки рос в первой половине полугодия с пиковым приростом в 14% в марте, однако во второй половине полугодия показатель стабильно уменьшался, а итоговая разница между значением января и июня составила -6,7%.

Это первый за 3 года случай, когда средний чек в июне меньше январского значения, ранее в 2020 и 2021 году прирост за первые полгода составлял 9% и 8% соответственно.

Средний чек на очки

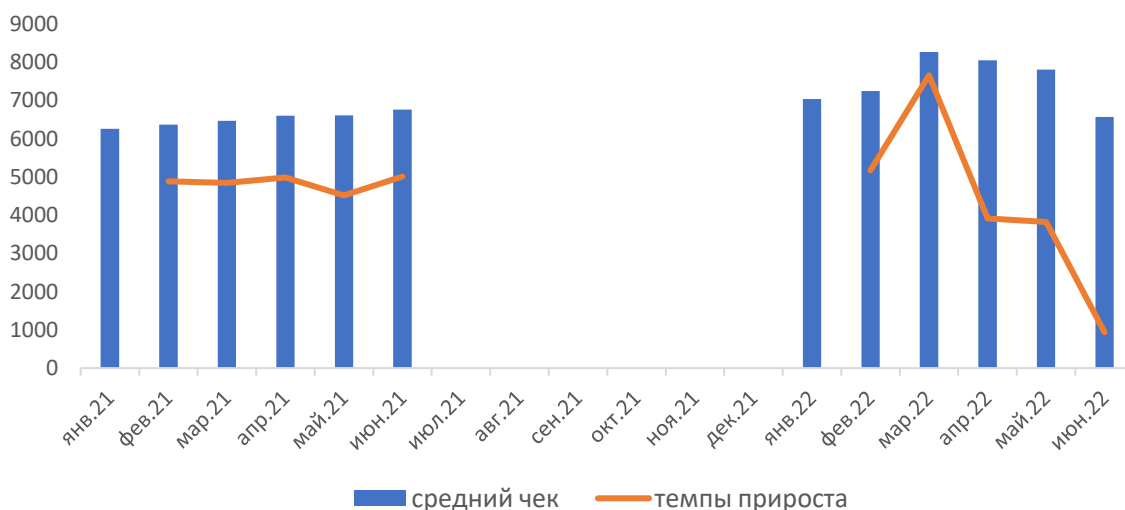


В 2021 году средний чек на очки рос на протяжении всего первого полугодия, правда темпы прироста не превышали 2,5%.

Наибольшее увеличение было в апреле и июне, а наименьший прирост - всего 0,1% - случился в мае.

В текущем году ситуация иная: показатель весь период вел себя нестабильно, а изменения динамики варьировались от 14% прироста до 16% убыли.

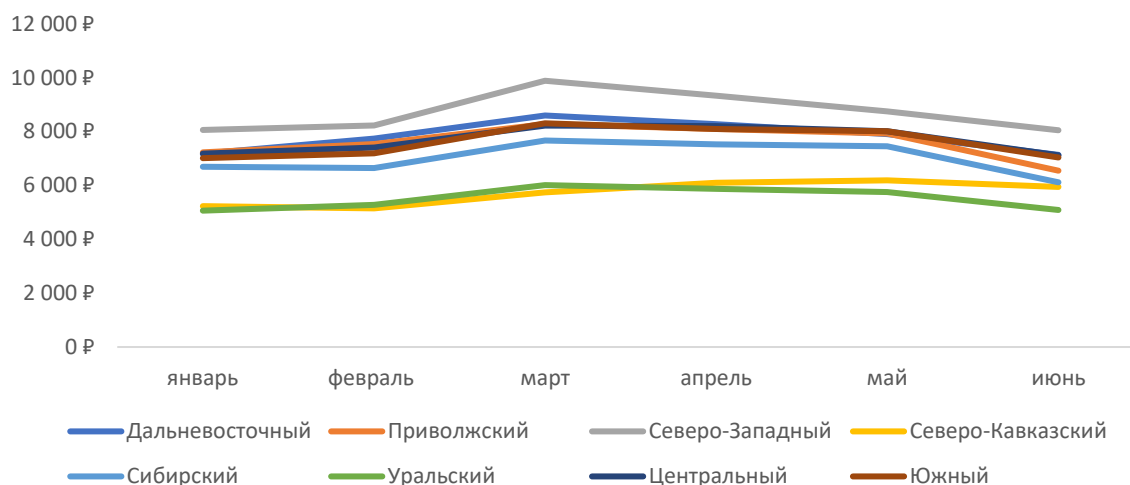
Средний чек на очки
1 полугодие 2021/2022



Изменения среднего чека на протяжении первого полугодия 2022 года практически во всех регионах были схожи: постепенный рост с пиком в марте (от 10% в Приволжском регионе до 20% на Северо-Западе) и последующая трехмесячная убыль с постепенным наращиванием отрицательной динамики к июню (от -8% на Северо-Западе до -18% в Сибири). Подобная динамика привела к тому, что чеки июня были либо отрицательными (Дальний Восток, Северо-Запад, Приволжский, Сибирский и Центральный регионы), либо минимально положительными +0,4% - как Юг и Урал.

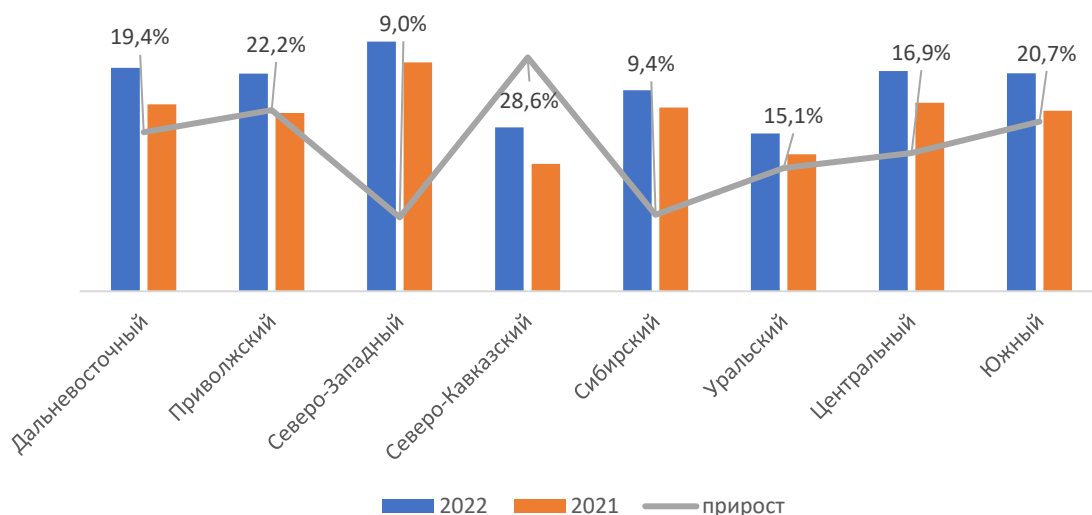
Исключением является Северный Кавказ, где чек на очки увеличивался большую часть периода (за исключением убыли в феврале и июне на 1,5% и 4% соответственно), что позволило показателю июня превысить значение января почти на 14%.

Среднемесячный чек на очки в регионах



Однако в сравнении с первым полугодием 2021 года средний чек на очки вырос во всех регионах. Минимальный прирост в 9% произошел в Сибири и на Северо-Западе, а максимальный - 28% - на Северном Кавказе.

Полугодовой чек на очки в регионах



Товары

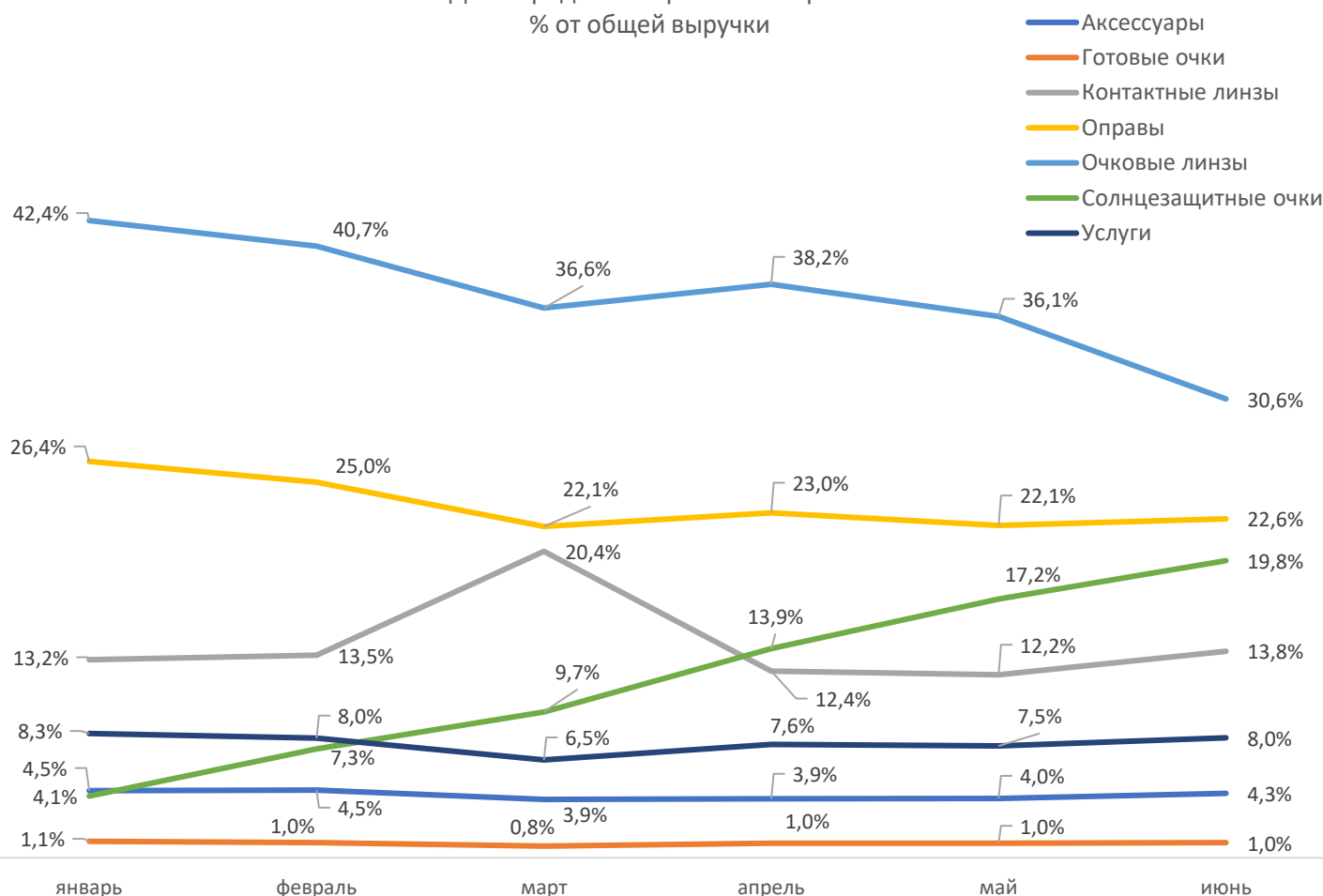
Доли в общей выручке, средний чек, закупочная цена и коэффициент наценки по разным категориям товаров



С начала первого полугодия доля **очковых линз** в общей выручке постепенно сокращалась, исключая краткий прирост в апреле, и к концу полугодия разница долей между значениями июня и января составила почти 12%, а выручка от продаж категории сократилась на 17%.

Аналогичная динамика наблюдалась в продаже **оправ**, однако темпы убыли были более сдержанными: за полгода доля сократилась на 4%, а общая выручка от продажи категории всего на 2%.

Доли продаж товарных категорий
% от общей выручки



Доля **контактных линз** после стабильных 13% в январе-феврале в марте увеличилась сразу почти на 7%, однако затем также резко сократилась в апреле и до конца полугодия оставалась в пределах 13%, при этом объем выручки за июнь превысил январское значение на 19%.

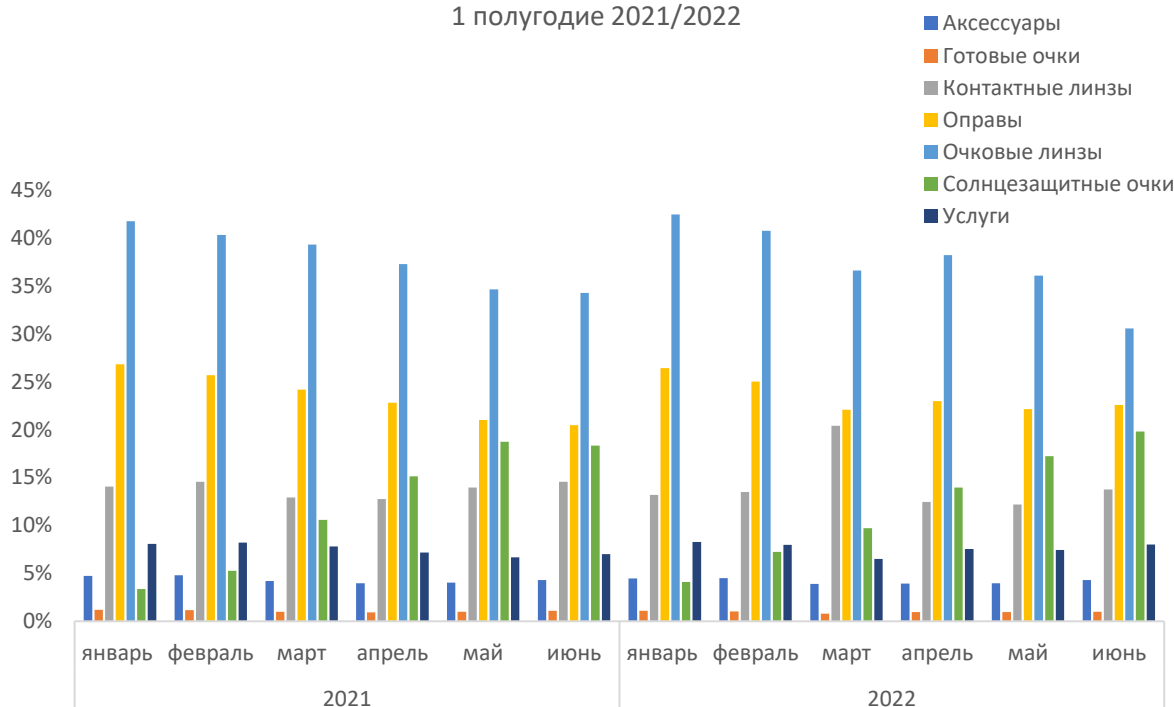
Доля **аксессуаров** наоборот после стабильных 4,5% в общей выручке января-февраля уменьшилась в марте-апреле на 0,6%, после чего к концу полугодия начала расти и почти вернулась к значению начала года. Объемы выручки июня к январю при этом увеличился на 10%.

Похожая ситуация наблюдалась с долей **услуг**: после сокращения на 1,5% к середине 1 полугодия, доля начала постепенно расти и в июне лишь на 0,3% была ниже январского показателя.

Изменение доли **солнцезащитных очков** в общей выручке происходило по стандартному сезонному сценарию: кратный ежемесячный прирост, который за полгода увеличил долю больше, чем на 15%, а объем выручки – в 4,5 раза.

Доля **готовых очков** была наиболее стабильна протяжении первого полугодия: колебания происходили в пределах 0,2%, а в целом доля оставалась в пределах 1%.

Доли продаж товарных категорий
1 полугодие 2021/2022

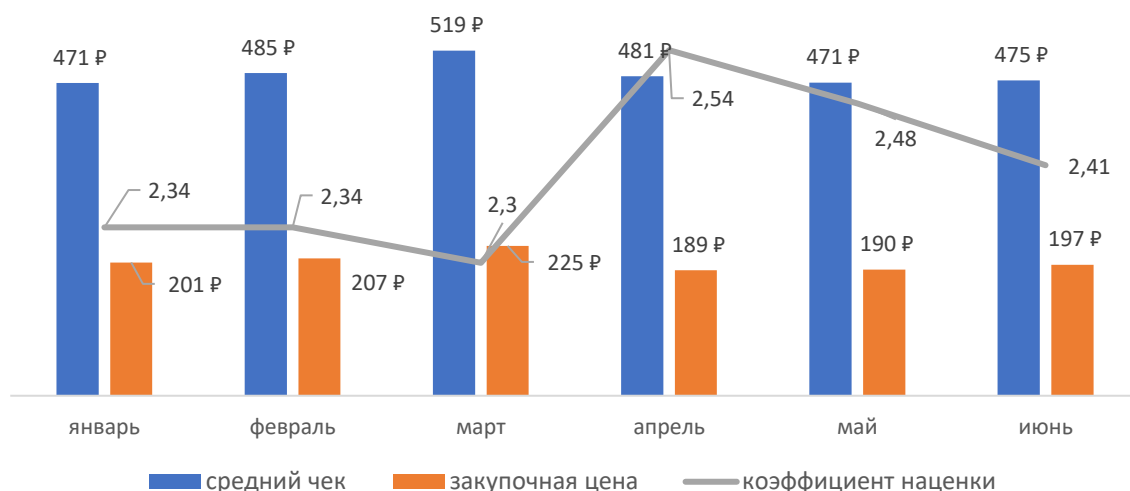


Основные отличия в распределении долей продаж разных товаров в 2022 от 2021 года это: резкий прирост доли контактных линз в марте и последующее резкое сокращение в апреле; замедление темпов прироста доли солнцезащитных очков - в прошлом году средний ежемесячный прирост составлял 5%; и более серьезное сокращение к концу полугодия доли очковых линз: разница между июнем и январем составила 12% в 2022 году против 7% в 2021 году.

Средний чек на **аксессуары** к середине первого полугодия 2022 года увеличился почти на 10%, однако во второй половине периода показатель начал снижаться почти аналогичными темпами, в связи с чем прирост июньского значения к январю составил всего 1%.

Закупочная стоимость также росла с начала года и показала прирост в 12% к середине полугодия, однако в апреле снизилась сразу на 16%, поэтому итоговая разница июньского значения к январю составила -2%, несмотря на постепенный рост в мае-июне. Коэффициент наценки с 2,3 вырос за полгода до 2,4, при этом максимальное значение в 2,5 пришлось на апрель.

Розничная цена, закупочная стоимость и коэффициент наценки на аксессуары

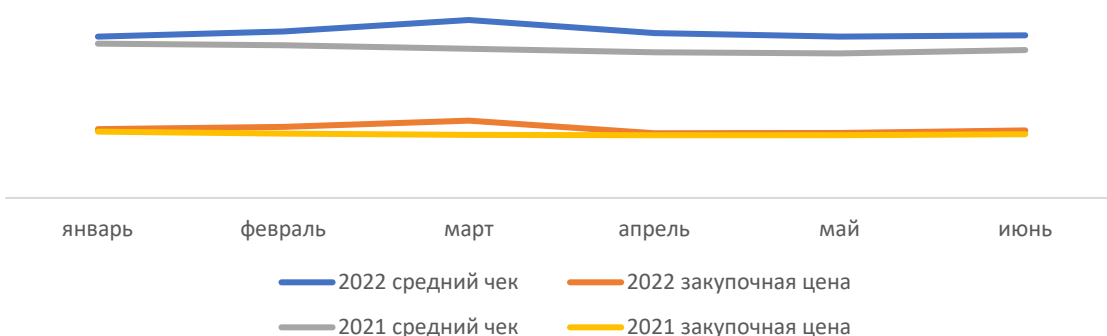


Полугодовой средний чек на аксессуары превысил аналогичный показатель прошлого года на 11%, при этом пик расхода показателя пришелся на март - +19% к чеку-2021.

Похожая ситуация и с закупочной стоимостью: прирост среднего полугодового значения в 2022 году относительно прошлого года составил 8%, а максимальное расхождение в 22% тоже пришлось на март.

Коэффициент наценки вырос в 1 полугодии 2022 года на 0,1п относительно аналогичного периода прошлого года.

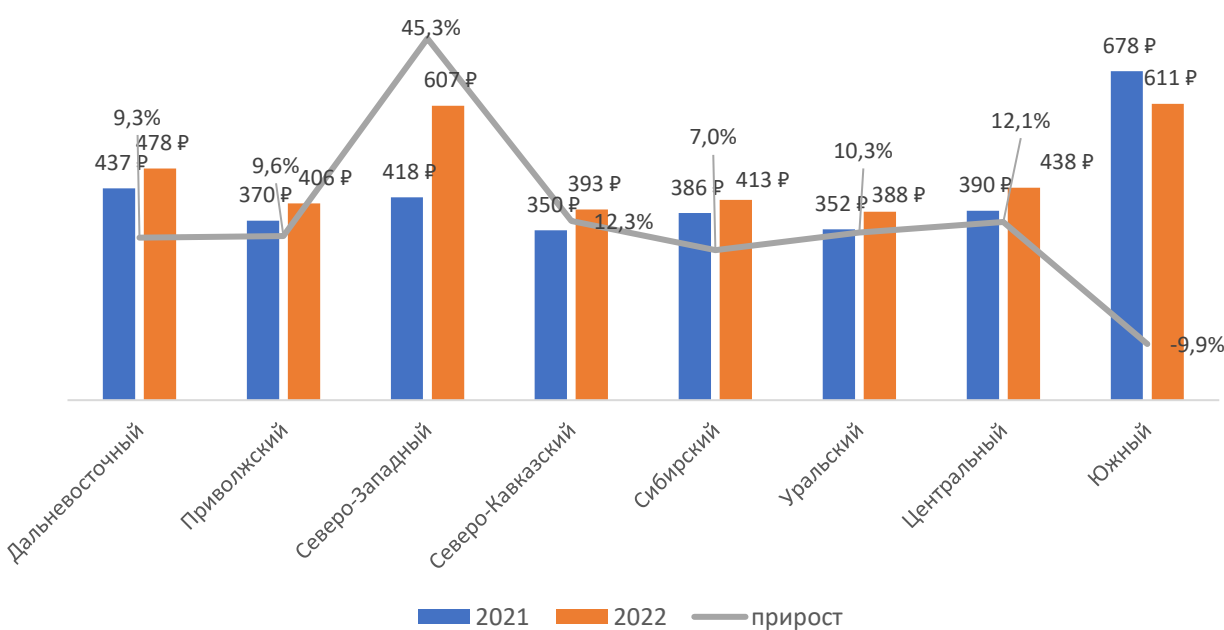
Динамика среднего чека и закупочной стоимости аксессуаров 1 полугодие 2021/2022



В регионах изменения среднего чека на аксессуары за первое полугодие 2022 года отличались темпами и вектором развития. Так, на Северо-Западе и Юге показатель июня был меньше значения января, причем если в первом регионе разрыв был минимальным - -1,6%, то во втором разница составила -22%. В остальных регионах средний чек в июне был выше значения января, но разница составила от 3,5% на Дальнем Востоке до 14% на Северном Кавказе.

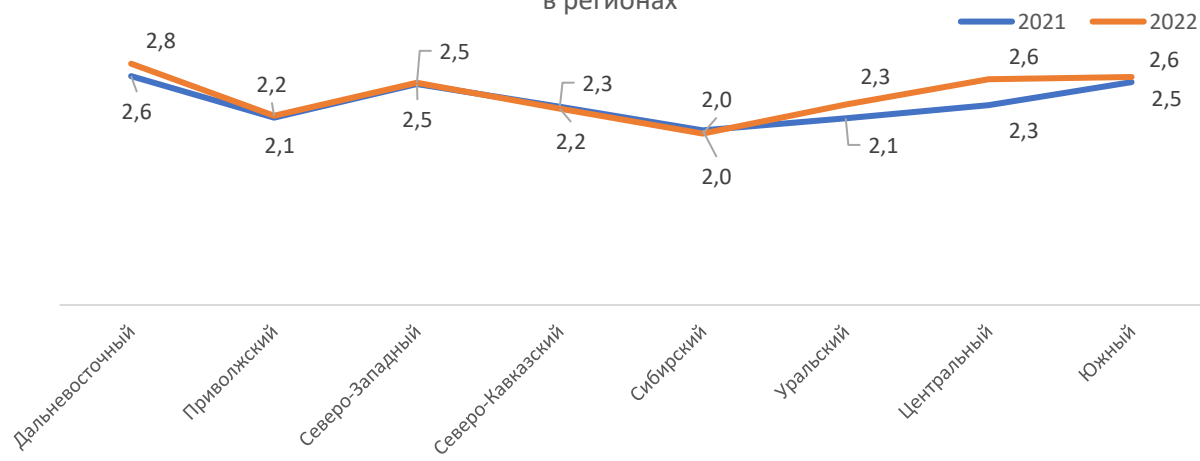
При этом среднее значение за полгода во всех регионах превысило аналогичный показатель прошлого года, причем прирост составил от минимальных 7% в Сибири до максимальных 45% на Северо-Западе, за исключением Южного региона, где среднеполугодовой чек на аксессуары уменьшился на 10% относительно аналогичного показателя прошлого года.

Полугодовой чек на аксессуары в регионах



В сравнении с первым полугодием 2021 года в текущем году коэффициент наценки незначительно (в пределах 0,05 пункта) снизился в Сибирском и Северо-Кавказском регионах, в других регионах показатель увеличился от 0,01 пункта на Северо-Западе до 0,3 пункта в Центральном регионе.

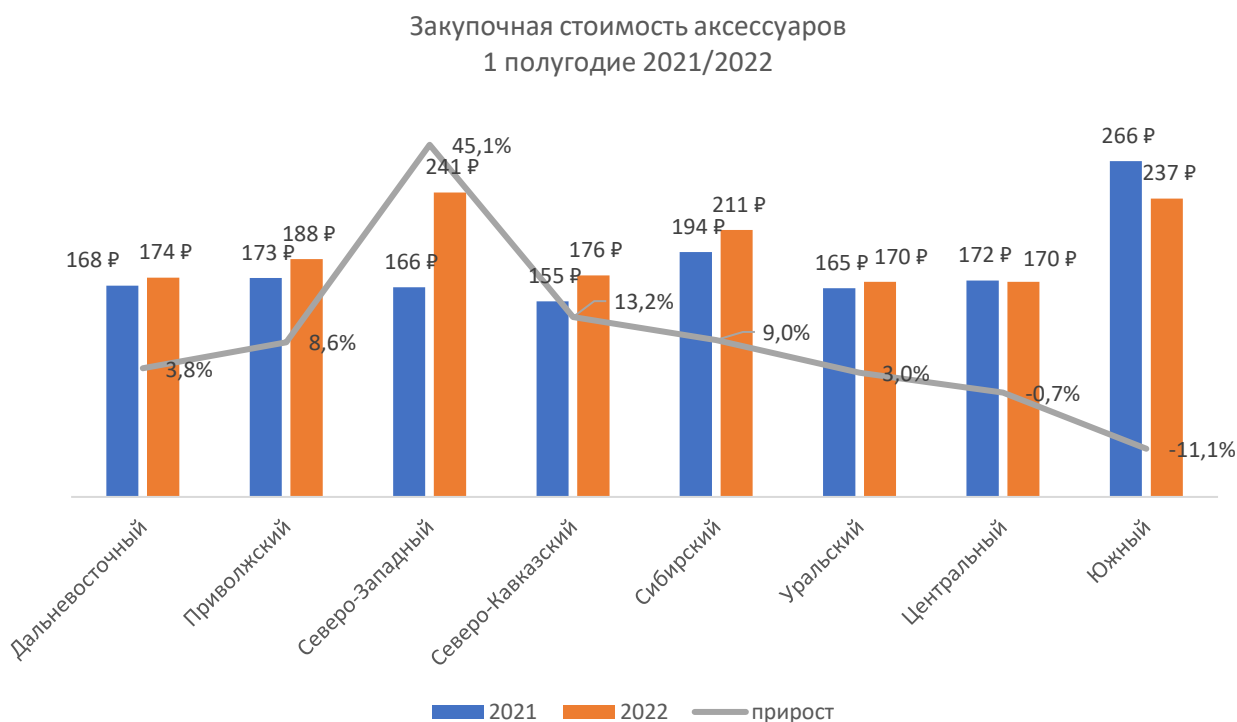
Полугодовой коэффициент наценки на аксессуары в регионах



Закупочная стоимость аксессуаров за полгода выросла практически во всех регионах, за исключением Северо-Запада (-8%) и Юга (-25%), минимальный прирост в июне относительно января был в Уральском регионе (3%), а максимальный - 13% - на Северном Кавказе.

Относительно среднего показателя первого полугодия 2021 года во всех регионах произошел прирост от 3% на Урале до 45% на Северо-Западе.

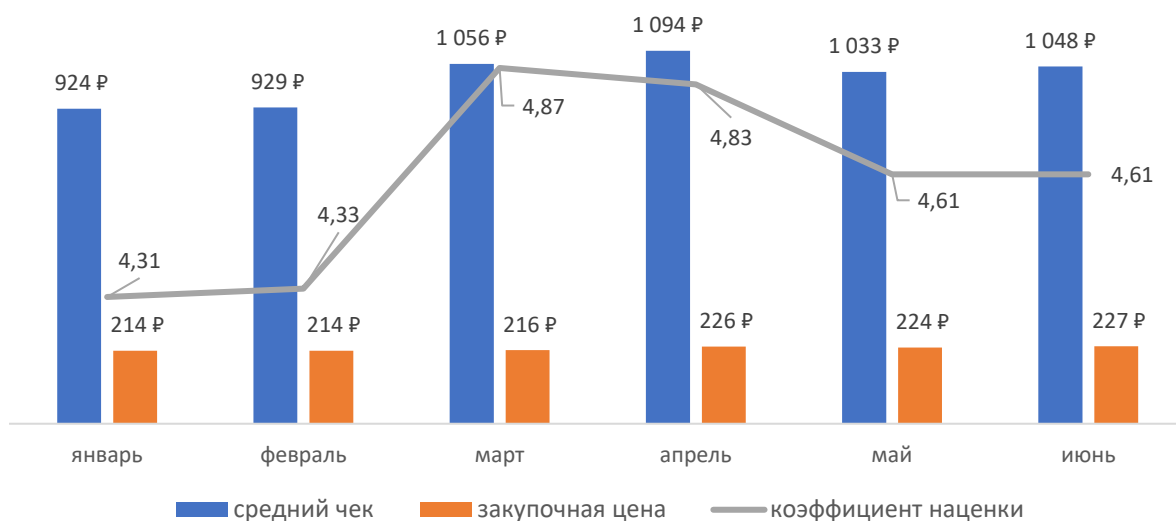
Исключением стали Центральный и Южный регионы, где среднеполугодовая закупочная стоимость в первом полугодии 2022 года была ниже аналогичного показателя 2021 года на 0,7% и 11% соответственно.



Средний чек на **готовые очки** рос на протяжении всего полугодия, за исключением убыли на 6% в мае. Однако данное уменьшение нивелировал максимальный за период прирост почти на 14% в марте, благодаря чему итоговая разница в показателях июня к январю составил +13%.

Закупочная цена в первом полугодии 2022 года дважды уменьшалась - в феврале (-0,1%) и мае (-1,2%), однако умеренный рост в остальные месяцы с пиковым значением +4,5% в апреле привел к тому, что значение июня превысило показатель января на 6%. Коэффициент наценки при этом вырос за полгода на 0,3 пункта, причем в марте-апреле превышал значение 4,8.

Средний чек, закупочная цена и коэффициент наценки на готовые очки

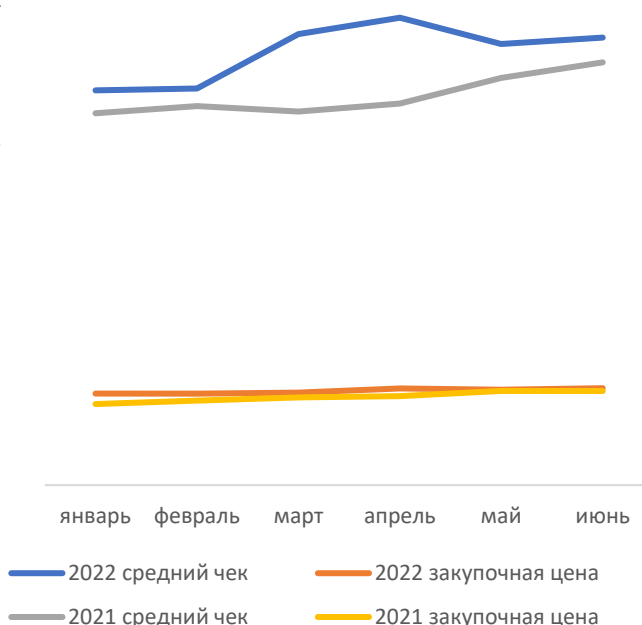


Полугодовой средний чек на готовые очки превысил аналогичный показатель прошлого года на 11%, при этом пик расхождения показателя пришелся на апрель - +22% к чеку-2021.

Прирост полугодового среднего значения закупочной стоимости в 2022 году относительно прошлого года составил 6%, а максимальное расхождение в 12% пришлось на январь, поскольку в прошлом году цена закупа росла на протяжении всего полугодия, а прирост июньского значения к январю составлял 16%.

Коэффициент наценки вырос в 1 полугодии 2022 года на 0,2п относительно аналогичного периода прошлого года.

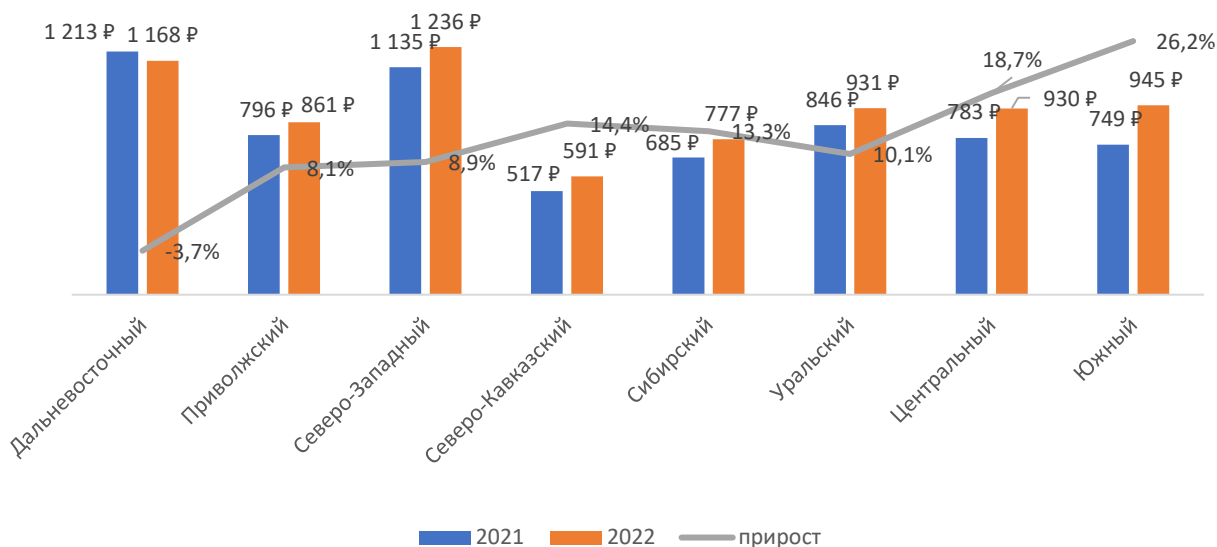
Динамика среднего чека и закупочной стоимости готовых очков
1 полугодие 2021/2022



К концу полугодия во всех регионах произошел прирост среднего чека на готовые очки относительно января - от минимальных 2% на Северном Кавказе до максимальных 28% в Сибири. При этом полугодовой средний чек в сравнении с аналогичным показателем 2021 года также вырос во всех регионах от 8% в Приволжском регионе до 26% на Юге.

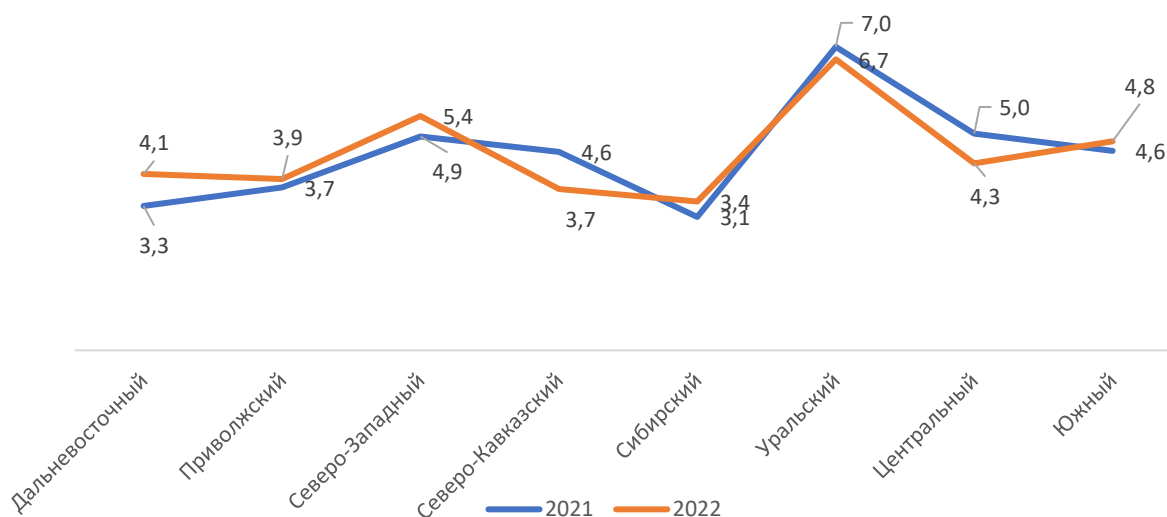
Исключением стал Дальний Восток, где показатель 2022 года был ниже на 4% значений 2021 года.

Полугодовой средний чек на готовые очки
1 полугодие 2021/2022



В Центральном, Уральском и Северо-Кавказском регионах полугодовой коэффициент наценки в первом полугодии 2022 года снизился относительно аналогичного периода 2021 года - на 0,7, 0,3 и 0,9 пп соответственно. В остальных регионах показатель увеличился от 0,2 в Южном и Приволжском регионах до 0,7 на Дальнем Востоке.

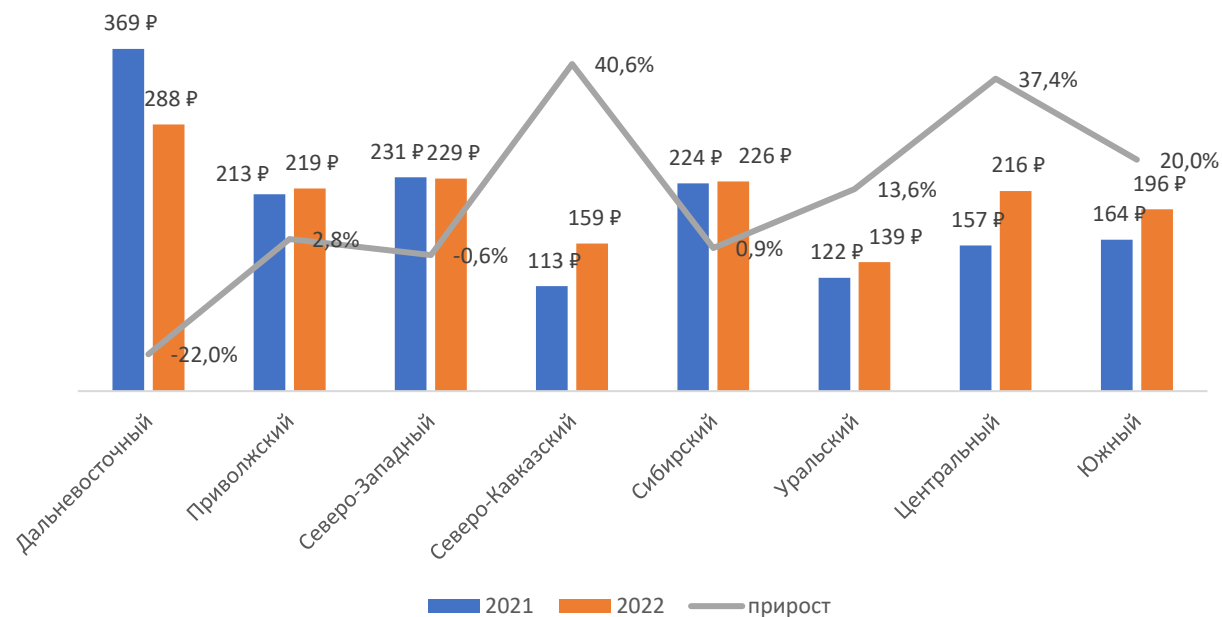
Полугодовой коэффициент наценки на готовые очки
1 полугодие 2021/2022



Закупочная стоимость готовых очков в июне сократилась на 1,6% относительно января на Северо-Западе, тогда как в остальных регионах к концу полугодия показатель увеличился - от 1% на Дальнем Востоке до 19% в Сибири.

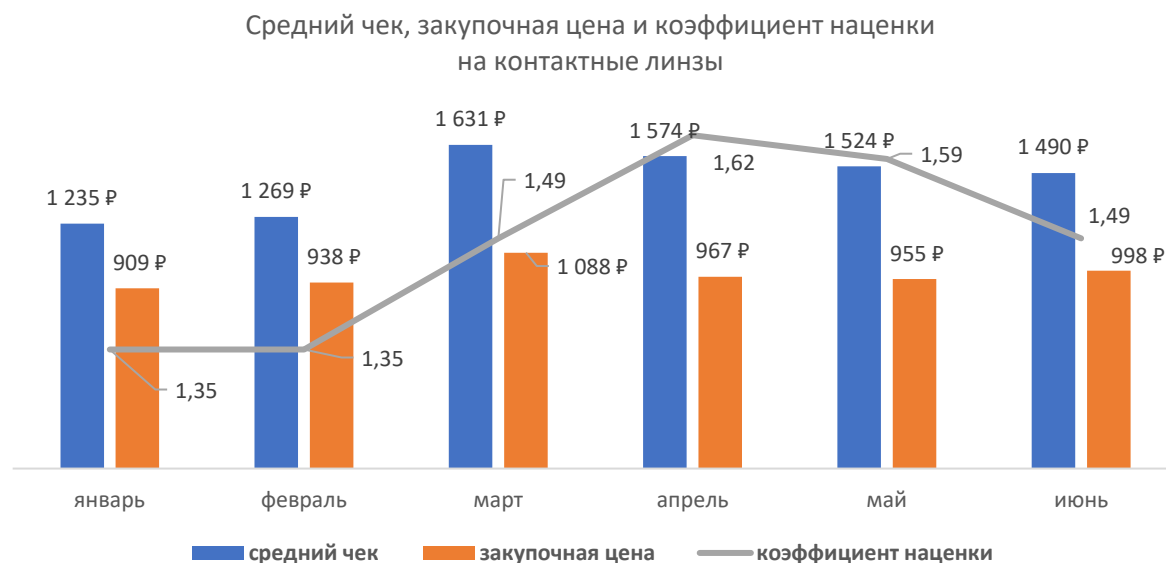
В сравнении с первым полугодием 2021 года полугодовая закупочная стоимость готовых очков была меньше на 0,6% и 22% на Северо-Западе и Дальнем Востоке соответственно, в остальных регионах показатель увеличился от 1% в Сибири до 40% на Северном Кавказе.

Полугодовая закупочная стоимость готовых очков
1 полугодие 2021/2022



Средний чек **контактных линз** рос в первой половине полугодия, причем в марте случился резкий прирост почти на 30%. Однако начиная с апреля показатель стал постепенно уменьшаться в среднем на 3% в месяц, а итоговый прирост цены в июне относительно января составил 21%.

Закупочная стоимость тоже росла с начала года, и прирост к середине полугодия составил 19% благодаря скачку +16% в марте. Однако в апреле-мае показатель уменьшился на 12% и лишь в июне вернулся к положительной динамике +4,5%. Таким образом прирост июня к январю у показателя составил 10%. Коэффициент наценки при этом вырос за полгода на 0,1 пункта, причем в апреле-мае достигал значения 1,6.

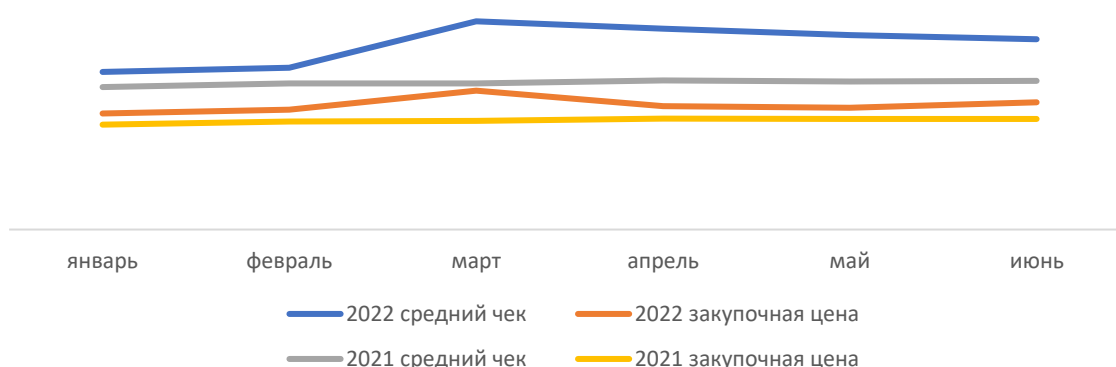


Полугодовой средний чек на контактные линзы превысил аналогичный показатель прошлого года на 26%, при этом пик расхождения показателя пришелся на март - +42% к чеку-2021.

Похожая ситуация и с закупочной стоимостью: прирост среднего полугодового значения в 2022 году относительно прошлого года составил 14%, а максимальное расхождение в 28% тоже пришлось на март.

Средний коэффициент наценки вырос в 1 полугодии 2022 года на 0,2п относительно аналогичного периода прошлого года.

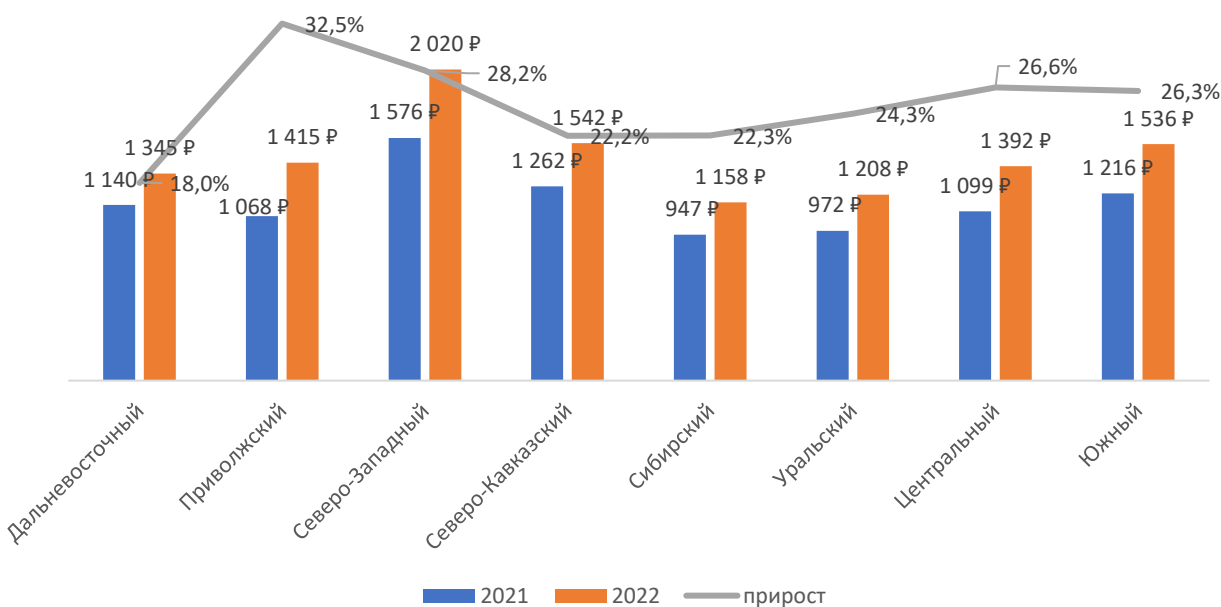
Динамика среднего чека и закупочной стоимости контактных линз 1 полугодие 2021/2022



Во всех регионах средний чек на контактные линзы вырос в июне относительно января 2022 года, причем минимальные 8% и 16% были в Дальневосточном и Центральном регионах, в остальных регионах прирост превысил 20% с максимальным значением 25% на Северном Кавказе.

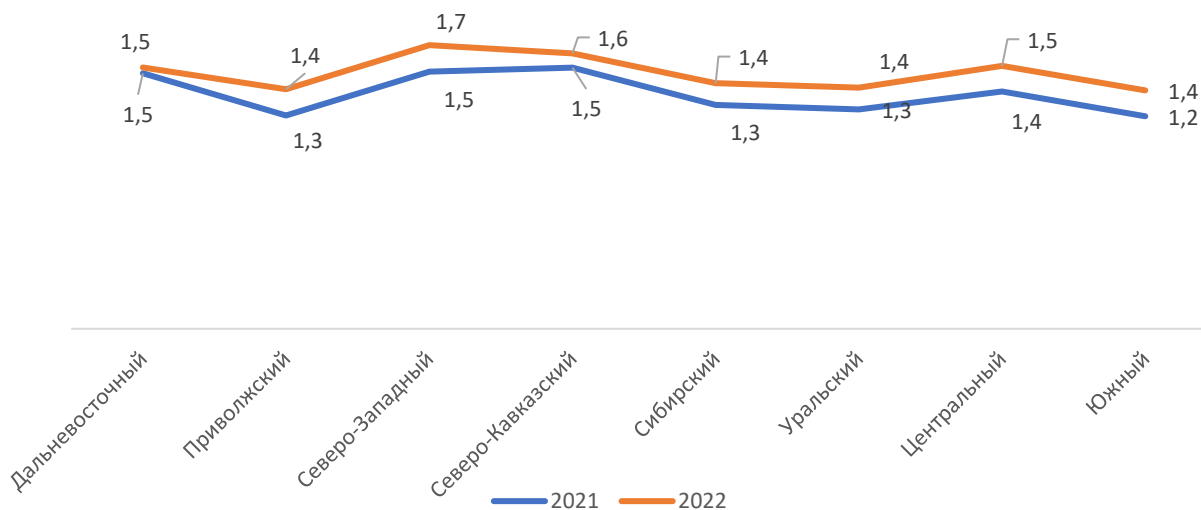
Относительно первого полугодия 2021 года полугодовой средний чек на контактные линзы вырос во всех регионах, причем темпы прироста варьировались от 18% на Дальнем Востоке до 32% в Приволжском регионе, а средний темп превышал 20%.

Средний чек на контактные линзы
1 полугодие 2021/2022



Полугодовой коэффициент наценки на контактные линзы относительно аналогичного показателя 2021 года остался практически неизменным на Дальнем Востоке - прирост составил всего 0,03 пункта. В остальных регионах прирост превысил 0,1 пункта.

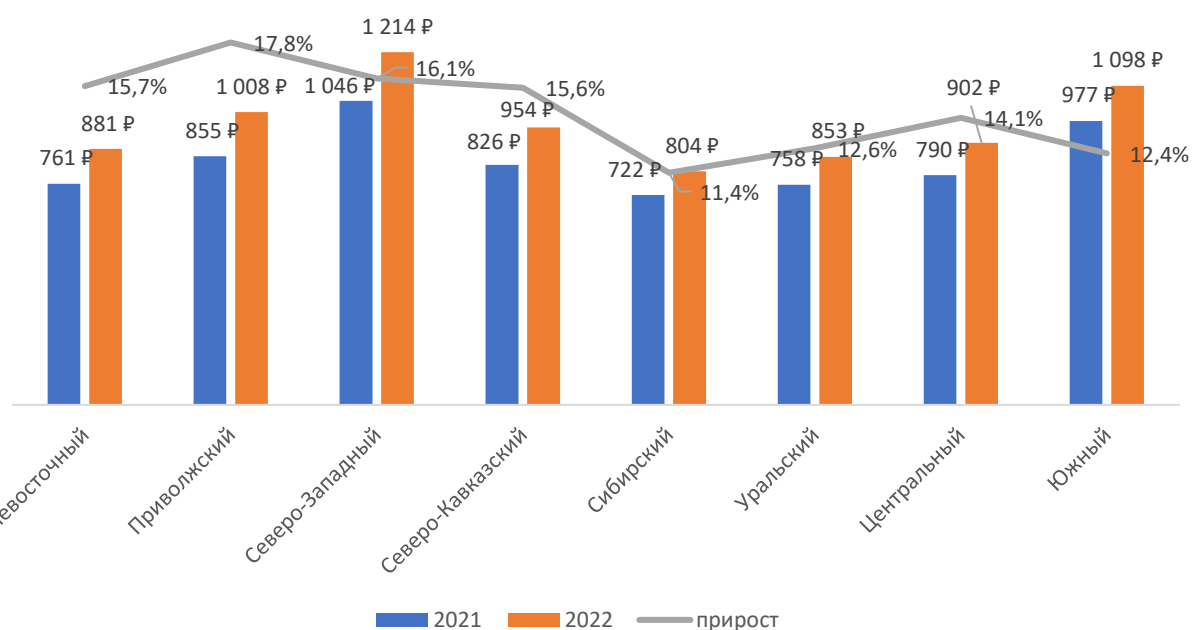
Полугодовой коэффициент наценки на контактные линзы
1 полугодие 2021/2022



Закупочная стоимость контактных линз также увеличилась во всех регионах к концу первого полугодия 2022 года, однако темпы ее прироста были ниже, чем у среднего чека: от 0,1% на Дальнем Востоке до 14% на Северном Кавказе, а средний темп прироста составил 9,6% против 20% среднего темпа прироста среднего чека.

Полугодовая закупочная стоимость контактных линз выросла во всех регионах от 11% (в Сибири) до 18% (в Приволжском регионе). Средний темп прироста составил 14%, тогда как темп роста среднего полугодового чека составил 25%.

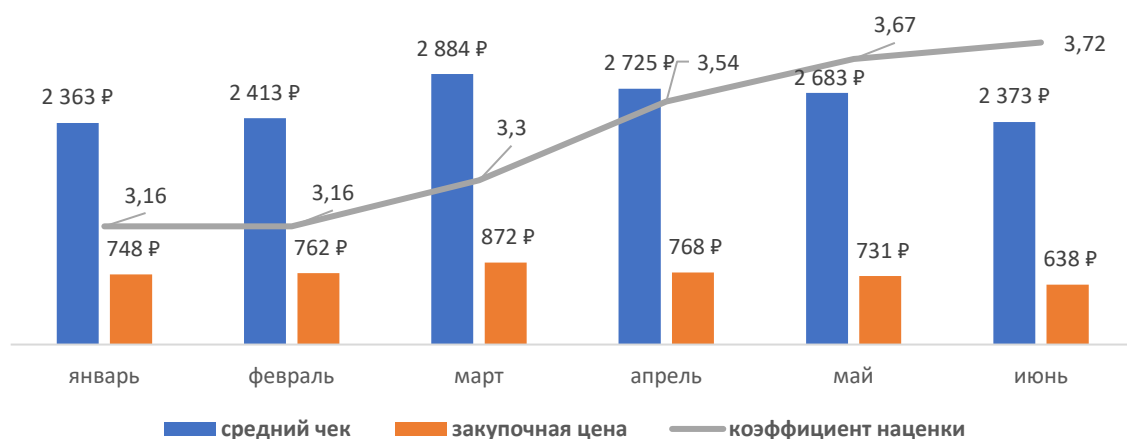
Полугодовая закупочная стоимость контактных линз
1 полугодие 2021/2022



После прироста больше 20% в первой половине полугодия средний чек на **очковые линзы** уменьшался следующие 3 месяца, причем максимальная убыль на 11% пришлось на конец периода. Из-за этого прирост июньского значения к январю составил всего 0,4%.

Динамика изменения закупочной стоимости повторяла динамику чека: прирост в первой половине с резким повышением в марте (+14%) и последующее уменьшение во второй половине полугодия, причем темпы спада были настолько весомыми (-12%), что итоговая разница значения июня к январю составила -15%. Коэффициент наценки постепенно рос на протяжении полугодия и достиг пикового значения в 3,7 в июне, что выше значения января на 0,6.

Средний чек, закупочная стоимость и коэффициент наценки на очковые линзы

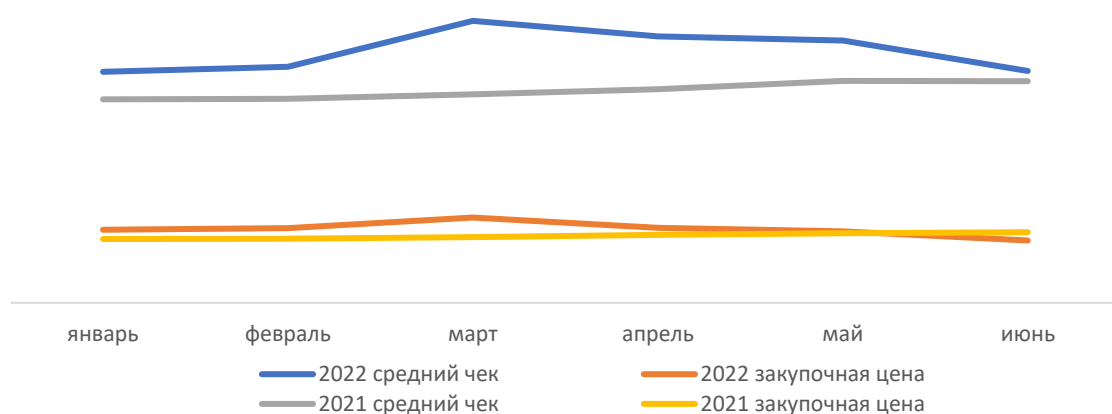


Полугодовой средний чек на контактные линзы превысил аналогичный показатель прошлого года на 19%, при этом пик расхождения показателя пришелся на март - +35% к чеку-2021.

Похожая ситуация и с закупочной стоимостью: прирост среднего полугодового значения в 2022 году относительно прошлого года составил 10%, а максимальное расхождение в 29% тоже пришлось на март.

Средний коэффициент наценки вырос в 1 полугодии 2022 года на 0,3п относительно аналогичного периода прошлого года.

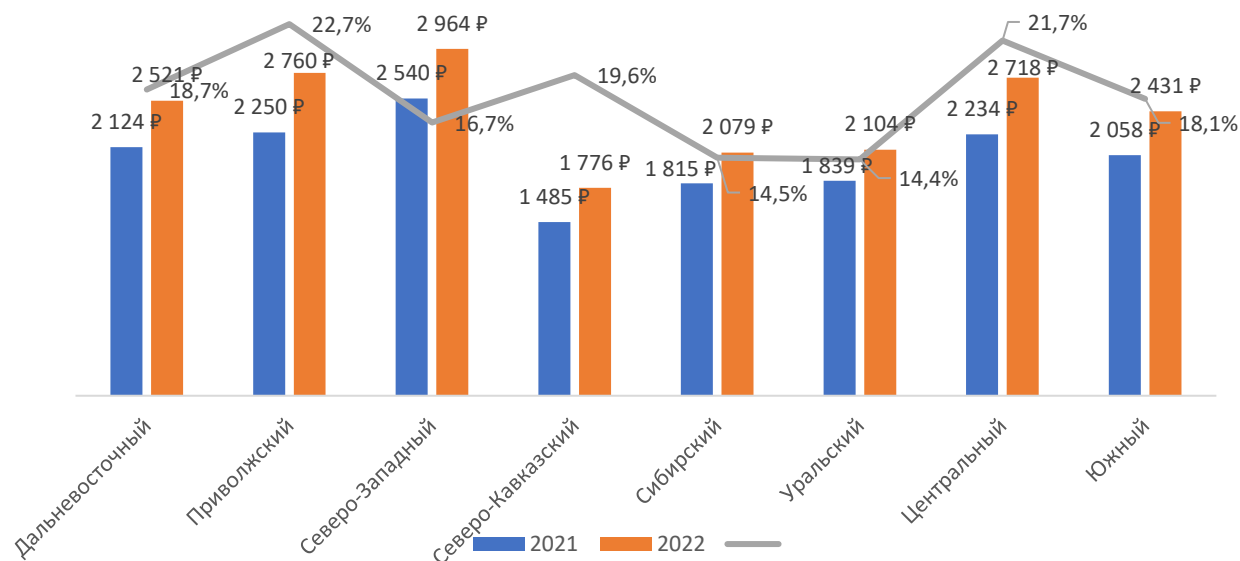
Динамика среднего чека и закупочной стоимости очковых линз 1 полугодие 2021/2022



Средний чек на очковые линзы к концу первого полугодия относительно января снизился в 5 регионах, начиная с минимальной убыли в 0,1% в Приволжском регионе до 11% в Сибири. На Юге, Северном Кавказе и Дальнем Востоке убыль составила 3%, 5% и 8% соответственно.

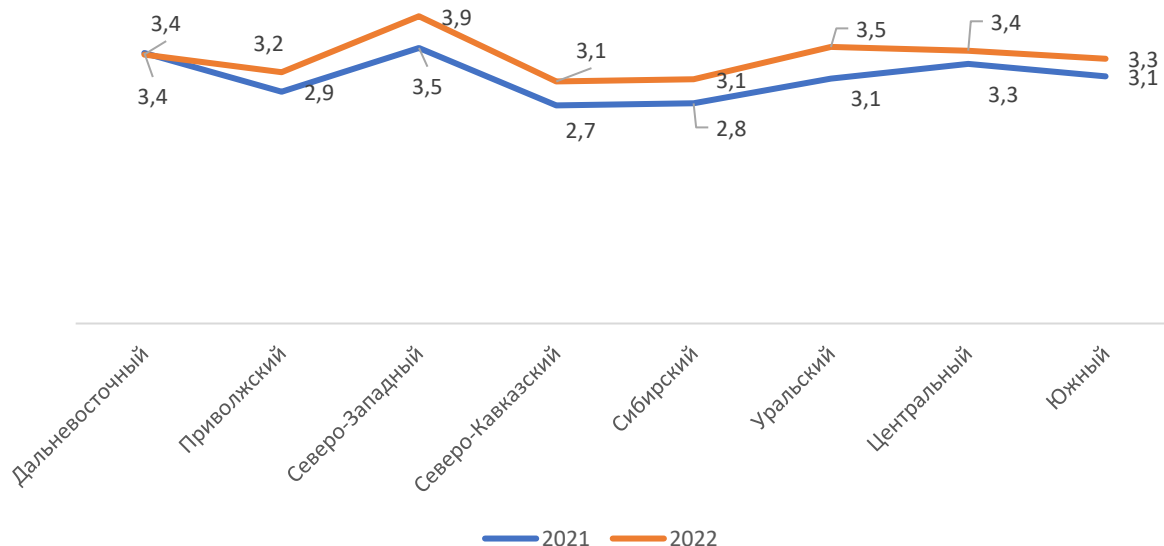
Относительно первого полугодия 2021 года полугодовой чек увеличился во всех регионах в среднем на 18% с минимальными 14% в Сибири и на Урале и максимальным приростом на 23% в Приволжском регионе.

Полугодовой средний чек на очковые линзы в регионах
1 полугодие 2021/2022



Полугодовой коэффициент наценки на очковые линзы в 2022 году почти не изменился на Дальнем Востоке (-0,02 пункта к значению прошлого года), в остальных регионах показатель вырос от 0,2 до 0,4.

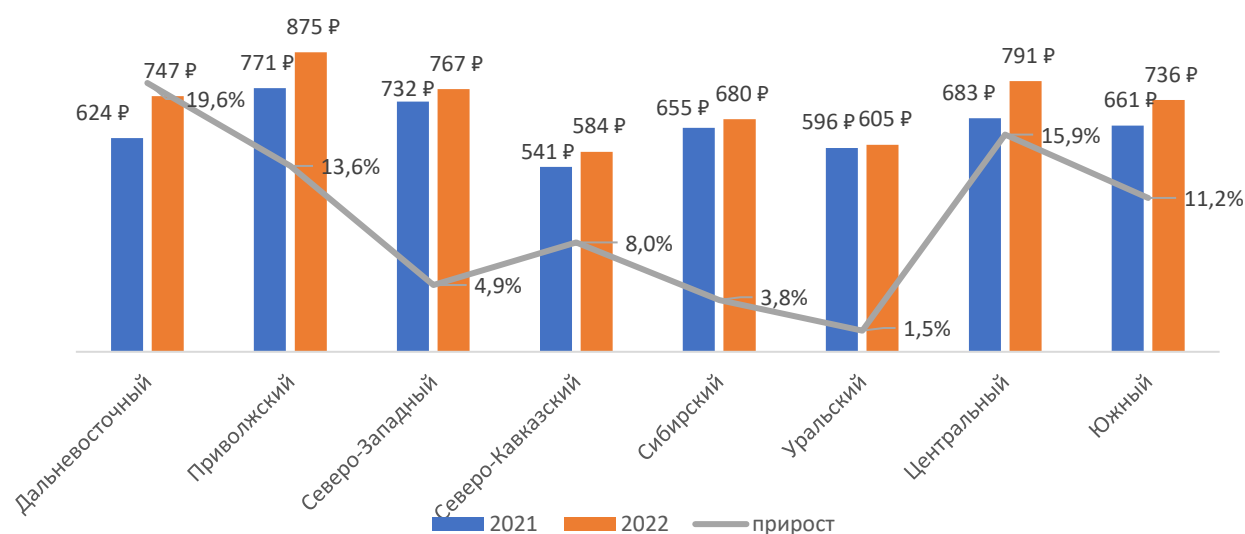
Полугодовой коэффициент наценки на очковые линзы
в регионах
1 полугодие 2021/2022



Закупочная стоимость очковых линз в июне 2022 года уменьшилась относительно января во всех регионах в среднем на 15% с минимальной убылью на 7% в Центральном регионе и максимальным сокращением на 24% в Сибири.

Однако относительно первого полугодия 2021 года закупочная стоимость очковых линз выросла во всех регионах - от 1,5% на Урале до 20% на Дальнем Востоке.

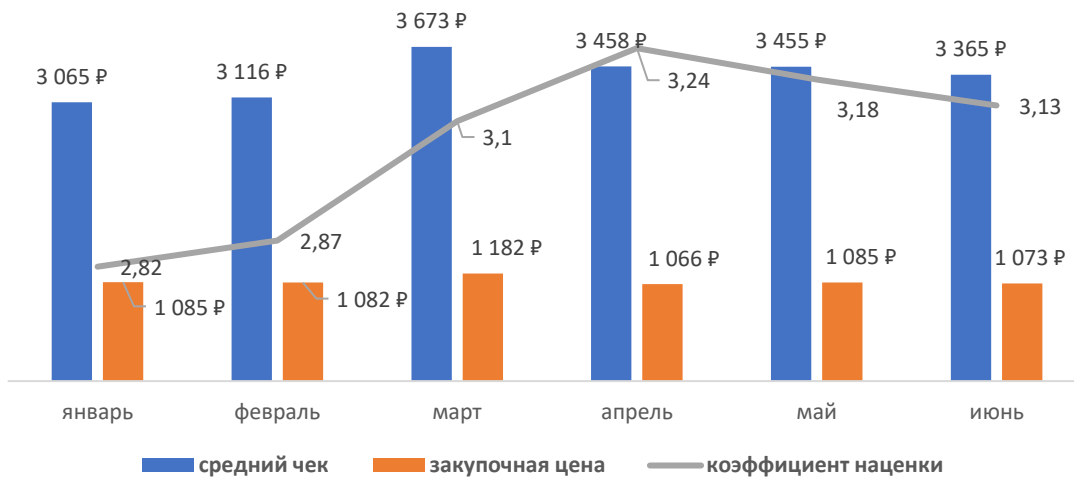
Полугодовая закупочная стоимость очковых линз
в регионах
1 полугодие 2021/2022



После увеличения на 19% в первой половине полугодия с максимальным приростом на 18% в марте средний чек на **оправы** стал уменьшаться, а итоговая разница между значениями июня и января составила +10%.

Закупочная стоимость оправ после незначительно уменьшения в феврале (-0,3%) выросла в марте на 9%, однако в апреле снизилась почти на 10% и после минимального прироста в мае на 2% к концу полугодия снова пошла на убыль (-1%). Таким образом июньский показатель был ниже на 1% значения января. Коэффициент наценки вырос за полгода на 0,3 с максимальным значением 3,2 в апреле.

Средний чек, закупочная стоимость и коэффициент наценки на оправы

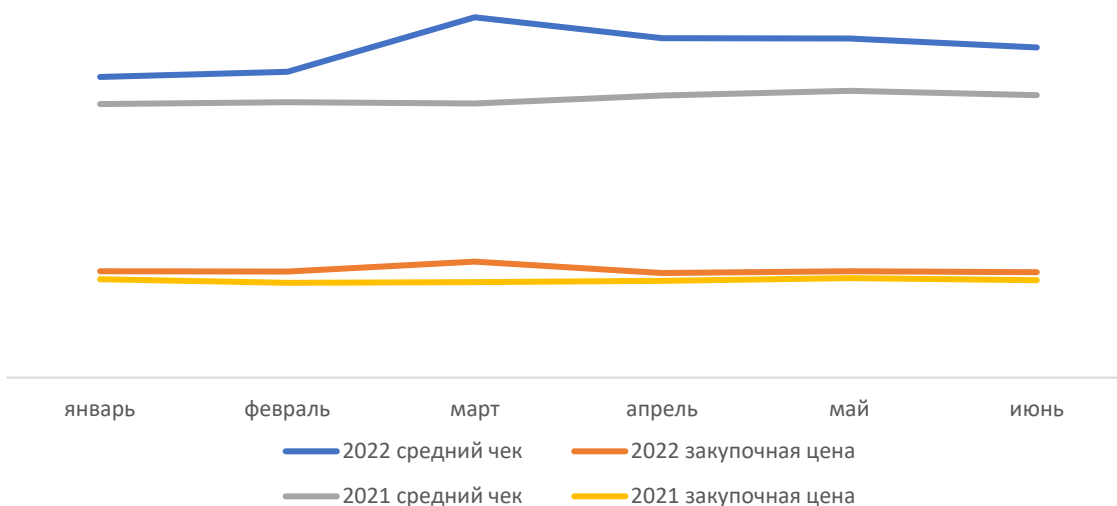


Полугодовой средний чек на оправы превысил аналогичный показатель прошлого года на 18%, при этом пик расхождения показателя пришелся на март - +31% к чеку-2021.

Похожая ситуация и с закупочной стоимостью: прирост среднего полугодового значения в 2022 году относительно прошлого года составил 11%, а максимальное расхождение в 21% тоже пришлось на март.

Средний коэффициент наценки вырос в 1 полугодии 2022 года на 0,2п относительно аналогичного периода прошлого года.

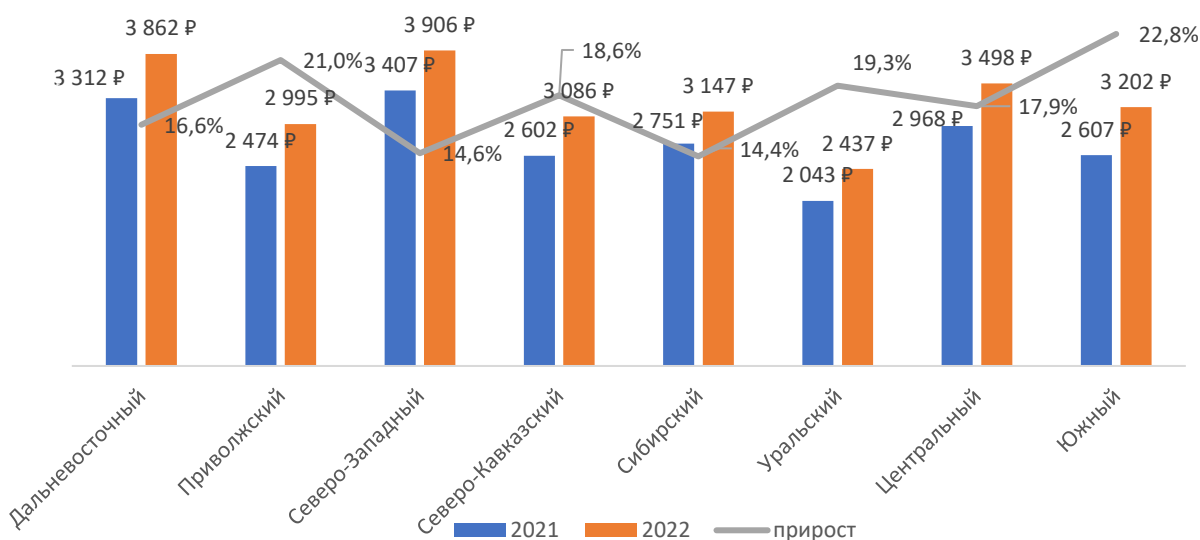
Динамика среднего чека и закупочной стоимости оправ



Средний чек на оправы в первом полугодии 2022 года в июне относительно января уменьшился на 0,5% на Северном Кавказе, тогда как в остальных регионах наблюдался рост от минимальных 5% в Сибири до 15% в Приволжском регионе.

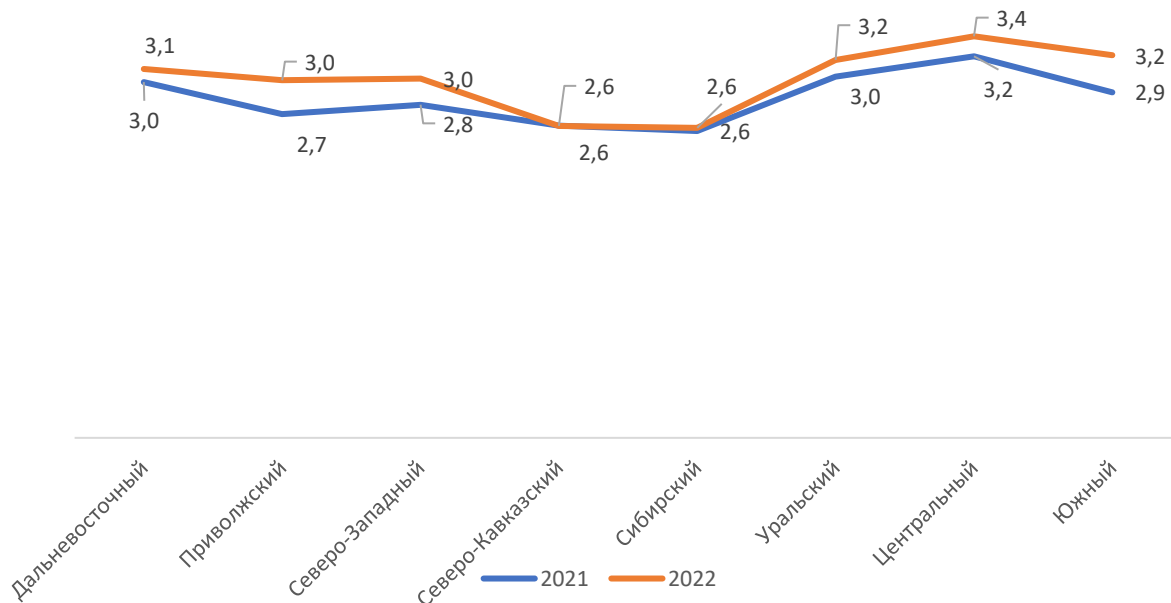
Относительно аналогичного периода 2021 года полугодовой чек вырос во всех регионах от 14% в Сибири и на Северо-Западе до 23% на Юге.

Полугодовой средний чек на оправы в регионах
1 полугодие 2021/2022



Почти без изменений остался полугодовой коэффициент наценки на Северном Кавказе и в Сибири относительно показателя прошлого года. В других регионах прирост составил от 0,1 пункта (Дальний Восток и Урал) до 0,3 пункта (Приволжский и Южный регионы).

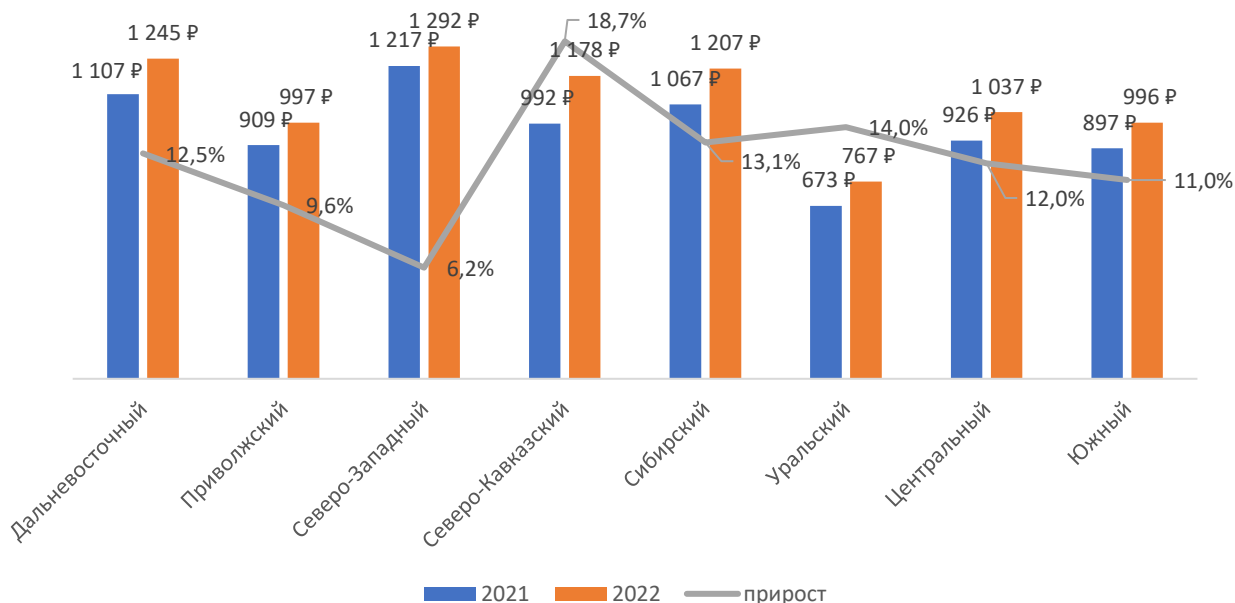
Полугодовой коэффициент наценки на оправы в регионах
1 полугодие 2021/2022



Закупочная стоимость оправ в июне относительно января снизилась в 4 регионах, причем если на Северо-Западе, Центре и Юге убыль составила от 1% до 3%, то на Северном Кавказе показатель снизился на 12%. В остальных регионах показатель вырос: от 1% в Сибири до 4% на Дальнем Востоке.

Относительно первого полугодия 2021 года закупочная стоимость оправ увеличилась во всех регионах - от 6% на Северо-Западе до 19% на Северном Кавказе.

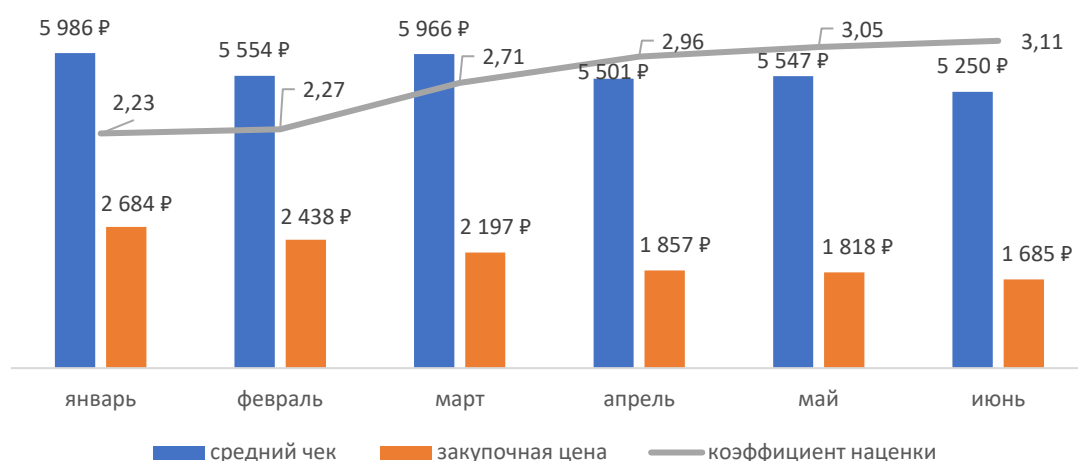
Полугодовая закупочная стоимость оправ в регионах
1 полугодие 2021/2022



На протяжении первого полугодия средний чек на **солнцезащитные очки** каждый месяц менял вектор изменения - с прироста на убыль, причем колебания достигали уровня в 8%. Такая нестабильная динамика привела к тому, что в июне чек был меньше январского значения на 12%.

Закупочная стоимость солнцезащитных очков уменьшалась в течение всего полугодия с максимальной убылью в 15% в апреле, а общая снижение показателя в июне относительно января составило -37%. Коэффициент наценки вырос к концу полугодия на 0,9п, причем пик в 3,1 пришелся на последний месяц периода.

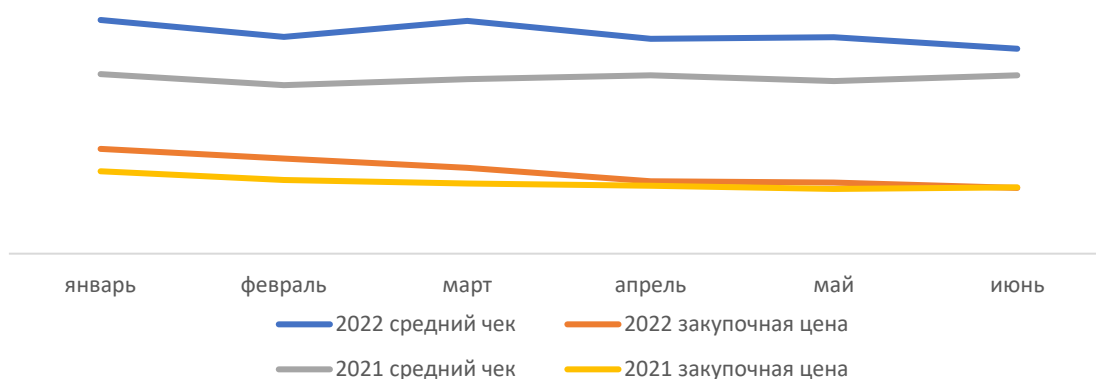
Средний чек, закупочная стоимость и коэффициент наценки на солнцезащитные очки



Полугодовой средний чек на солнцезащитные очки превысил аналогичный показатель прошлого года на 25%, при этом пик расхождения показателя пришелся на март - +33% к чеку-2021.

Похожая ситуация и с закупочной стоимостью: прирост среднего полугодического значения в 2022 году относительно прошлого года составил 16%, а максимальное расхождение в 29% пришлось на февраль.

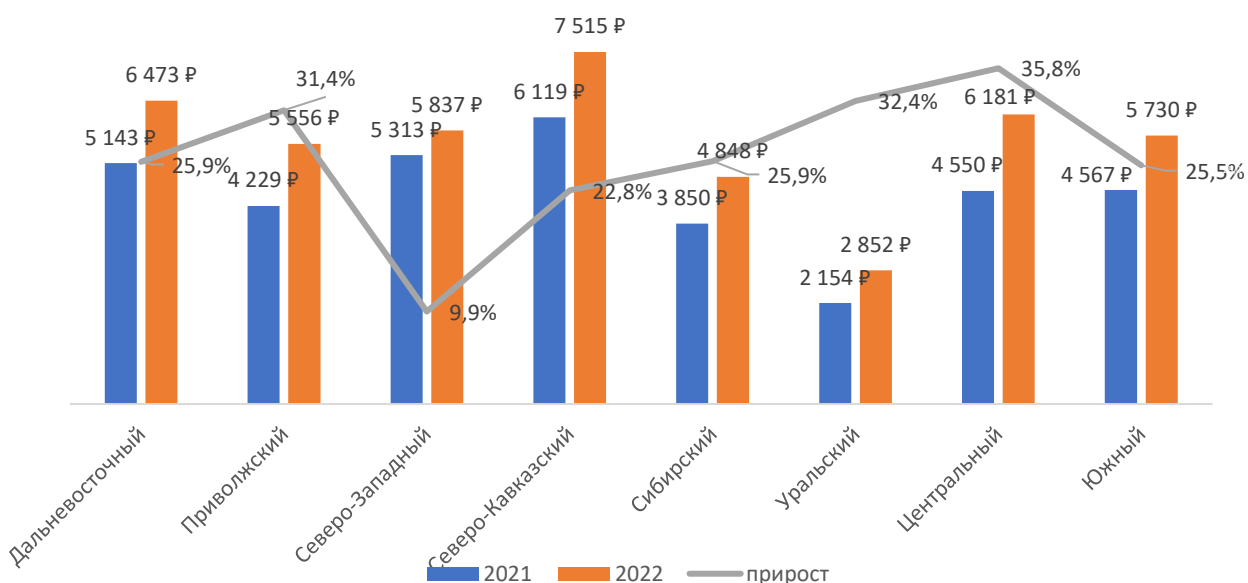
Динамика среднего чека и закупочной стоимости солнцезащитных очков
1 полугодие 2021/2022



Средний чек на солнцезащитные очки в июне 2022 года уменьшился относительно января в 5 регионах: убыль составила от 15% в Сибири до максимальных 29% в Центральном регионе.

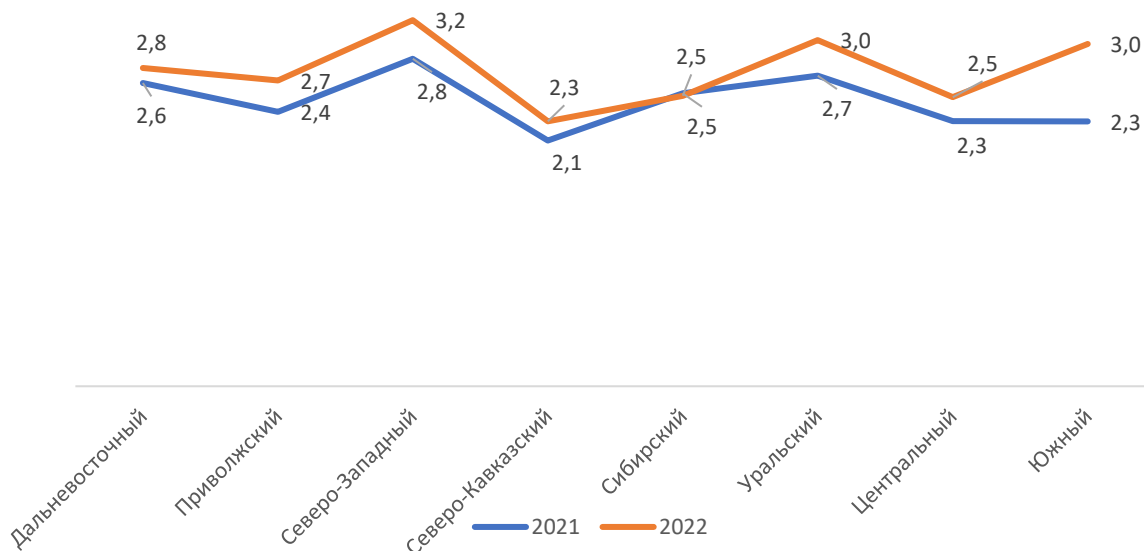
При этом относительно полугодового значения 2021 года чек вырос во всех регионах от минимальных 9% на Северо-Западе до максимальных 36% в Центральном регионе.

Полугодовой средний чек на солнцезащитные очки
в регионах
1 полугодие 2021/2022



В большинстве регионов полугодовой коэффициент наценки вырос от минимальных 0,1 пункта на Дальнем Востоке до максимальных 0,7 пункта в Южном регионе. Исключением стала Сибирь, где коэффициент остался практически без изменений (-0,02 пункта к прошлому году).

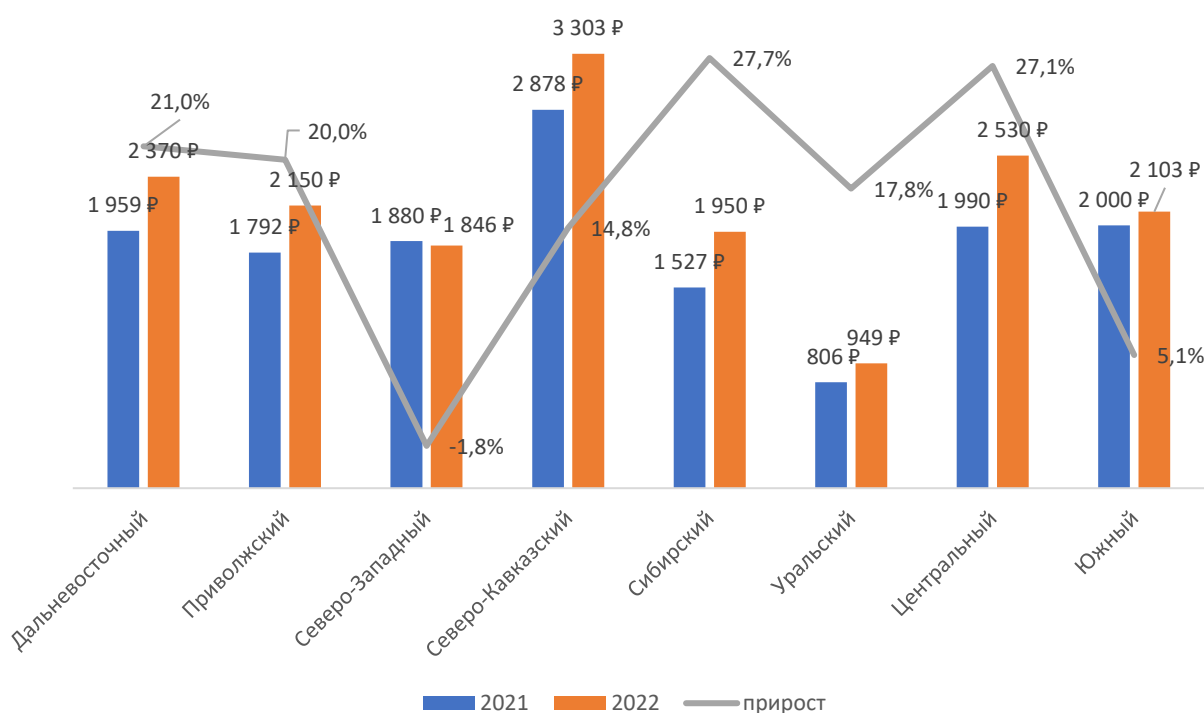
Полугодовой коэффициент наценки на солнцезащитные очки в регионах
1 полугодие 2021/2022



Закупочная стоимость солнцезащитных очков к концу полугодия резко уменьшилась относительно января во всех регионах, и если на Урале разница составила 8%, то в Южном регионе превысила 53%, а в большинстве регионов - больше чем на треть.

Однако относительно полугодического показателя прошлого года закупочная стоимость выросла во всех регионах - от 5% в Южном регионе до 28% в Сибири. Исключением стал Северо-Западный регион, где полугодическая закупочная стоимость в первой половине 2022 года была меньше на 2%, чем в первом полугодии 2021 года.

Полугодовая закупочная стоимость солнцезащитных очков в регионах
1 полугодие 2021/2022



Покупатели

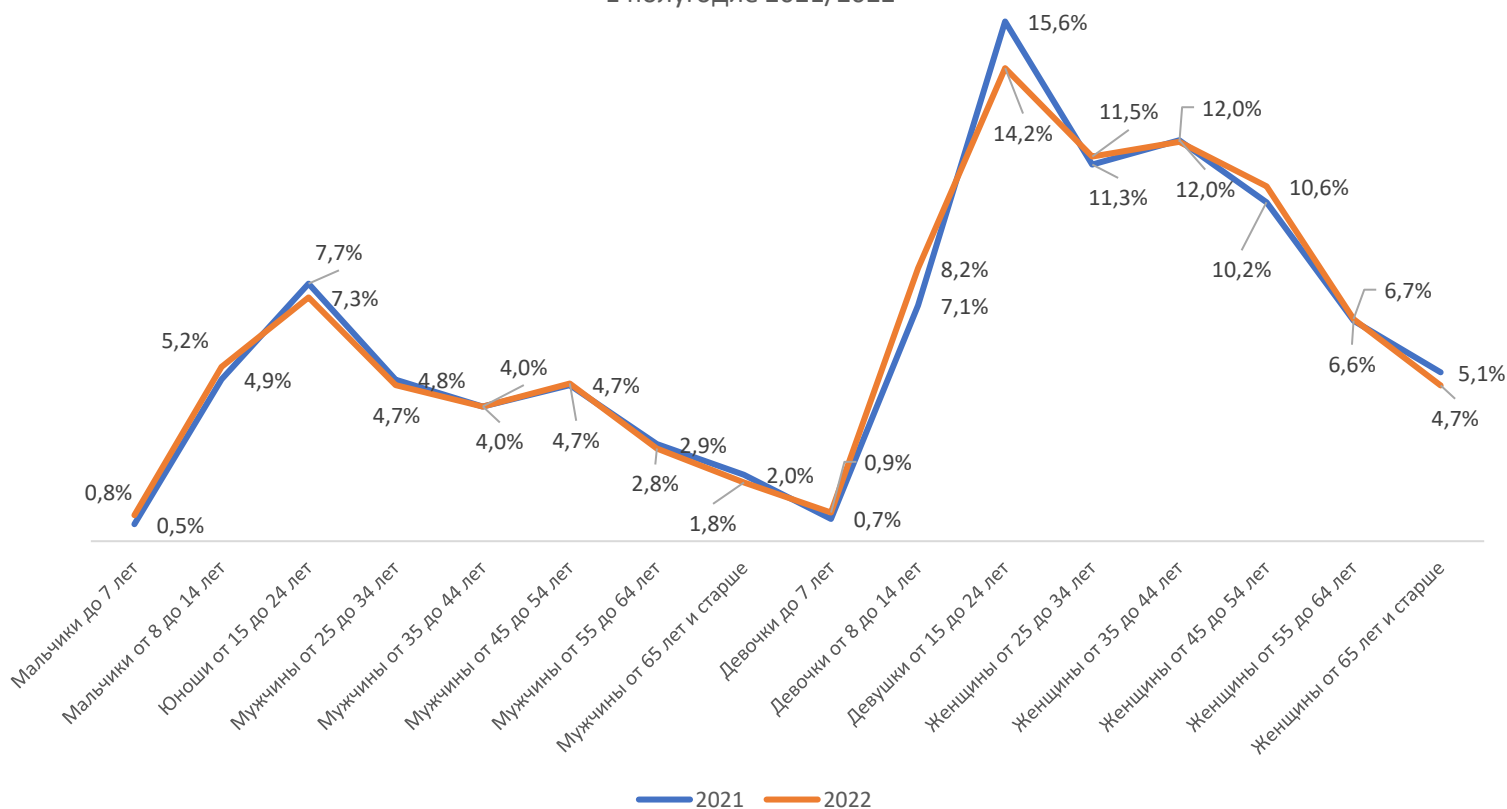
Доли продаж категорий товаров в разных половозрастных группах. Средний и медианный чеки.



Наибольшая доля продаж аксессуаров в первом полугодии 2022 года принадлежала группе девушек от 15 до 24 лет – 14%, наименьшие доля у детей обоих полов до 7 лет – в пределах 1%.

Относительно показателей аналогичного периода 2021 года наибольшие изменения произошли в группе девочек 8-14 лет и девушек 15-24 лет - у первых доля выросла на 1%, а у вторых сократилась также на 1%. Уменьшение доли в пределах 0,4% произошло в группах мужчин 15-34 лет и старше 5 лет, а среди женщин 35-44 лет и старше 65 лет. В остальных половозрастных группах доли выросли, но также в пределах 0,4%.

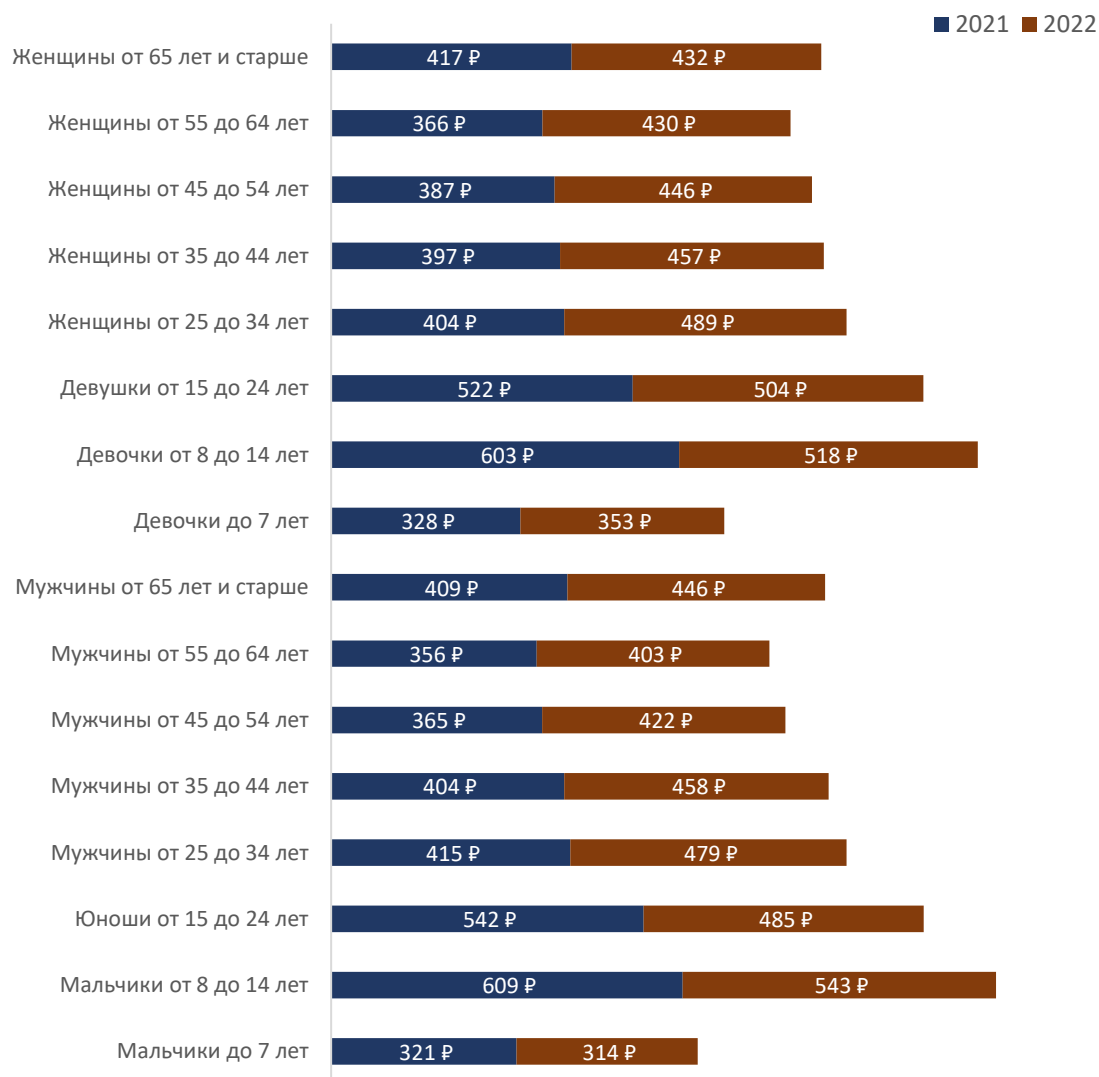
Доли продаж аксессуаров по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Самый высокий средний чек (543 руб.) на аксессуары в первом полугодии 2022 года был у мальчиков 8-14 лет, а минимальный - 314 руб. - у мальчиков до 7 лет.

При этом наибольший прирост чека относительно полугодового показателя 2021 года произошел у женщин от 25 до 34 лет - 21%, а у девочек 8-24 лет и мальчиков от 0 до 24 лет чек первой половины 2022 года был ниже прошлогоднего значения от минимальных 2% у мальчиков до 7 лет до максимальных 14% у девочек 8-14 лет.

Средний чек на аксессуары по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Средний чек -

отображает, сколько денег каждый клиент в среднем оставляет в магазине за одно посещение.

Медианный чек -

срединная величина, чеки больше и меньше которой имеет половина покупателей.

Эксперты считают, что медианный чек позволяет определить реальную покупательскую способность на большом объеме сделок.

К концу первого полугодия 2022 года средний чек на аксессуары вырос относительно января почти во всех группах с максимальным приростом в 30% у девочек 8-14 лет и минимальным приростом 2% у женщин 55-64 лет.

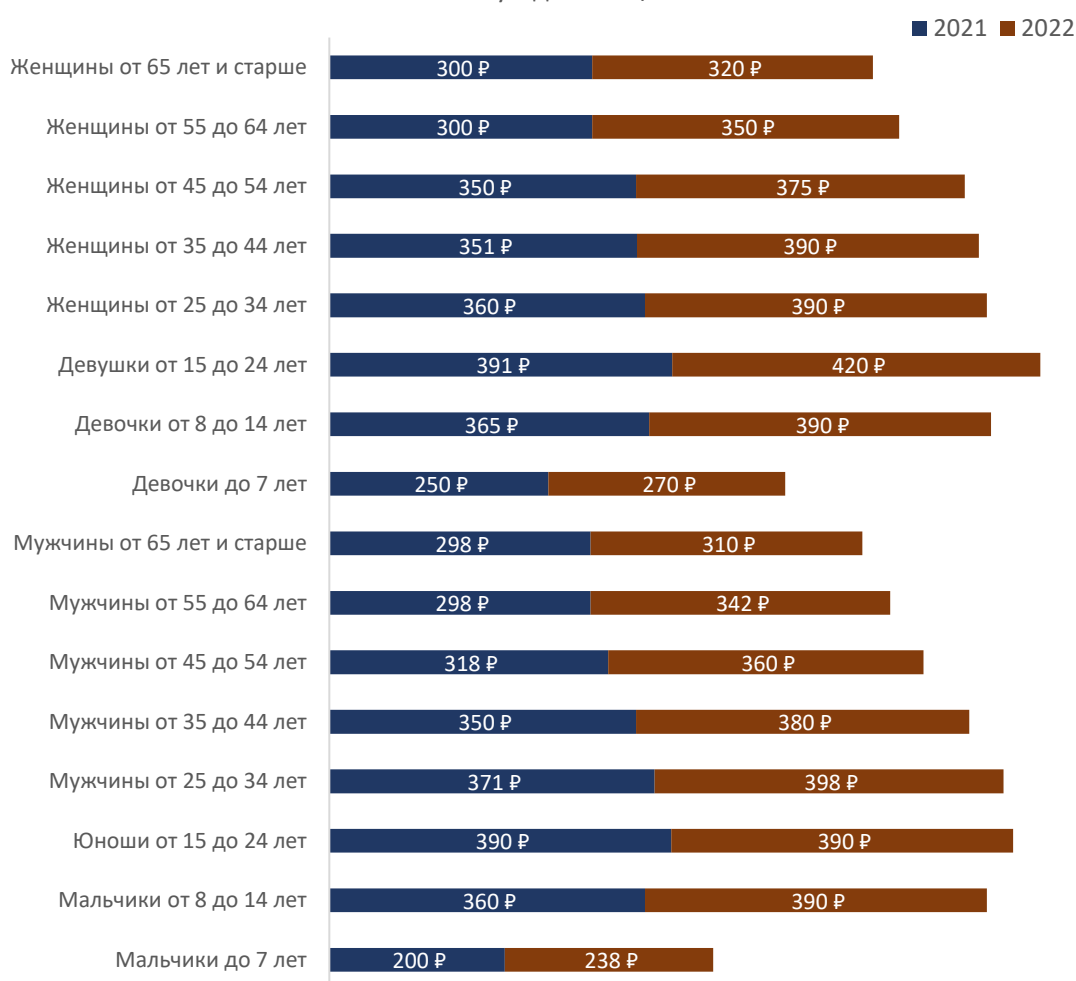
Однако в 3 группах: мальчики до 7 лет и юноши 15-24 лет показатель снизился на 2%, а у женщин 25-34 лет на 4% в июне относительно января.

Медианный чек первой половины 2022 года вырос относительно прошлого года во всех группах покупателей от 4% у мужчин старше 65 лет до 19% у мальчиков до 7 лет, только у юношей 15-24 лет показатель остался неизменным.

Примечательно, что в таких группах покупателей как мальчики от 0 до 14 лет и девочки от 8 до 14 лет разница между средним и медианным чеками уменьшилась в текущем году в 2 раза.

В целом медианные чеки выросли почти во всех группах покупателей с минимальным приростом к показателю 2021 года у мужчин старше 65 лет и максимальным приростом у мальчиков до 7 лет, а у юношей от 15 до 24 лет медианный чек первой половины года не изменился.

Медианный чек на аксессуары по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022

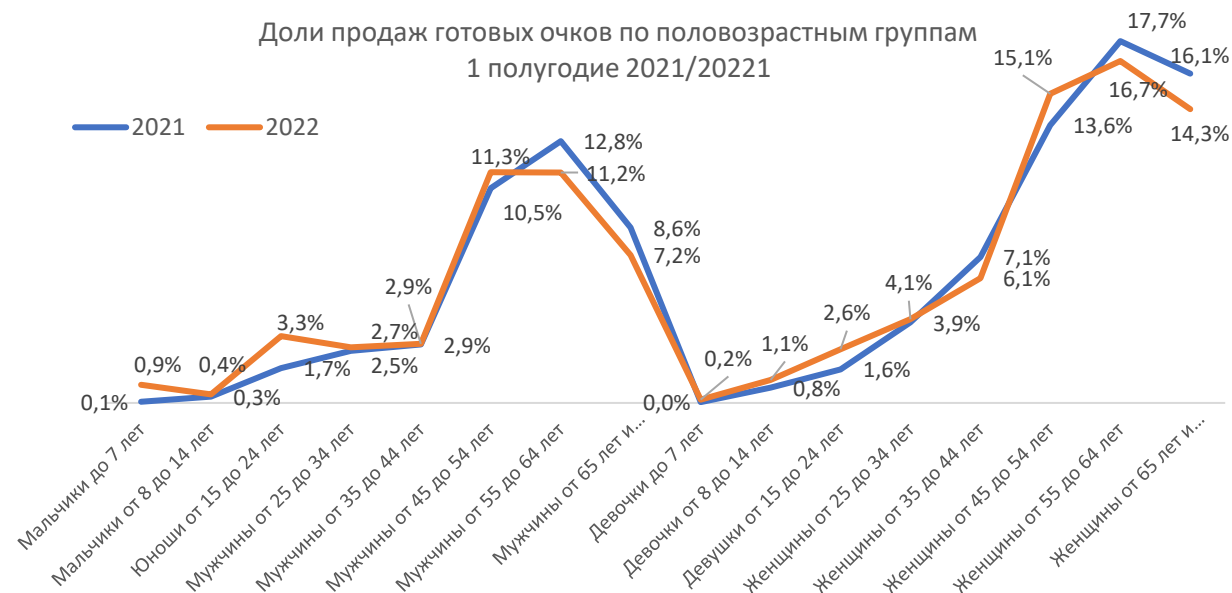


К концу первого полугодия 2022 года медианный чек вырос во всех группах покупателей за исключением юношей 15-25 лет, где показатель июня был ниже значения января на 3%, и женщин 25-34 лет с убылью на 2%.

Максимальный прирост составил 17% у мужчин 55-64 лет, а минимальный прирост - 3% - у мужчин и женщин 45-54 лет.

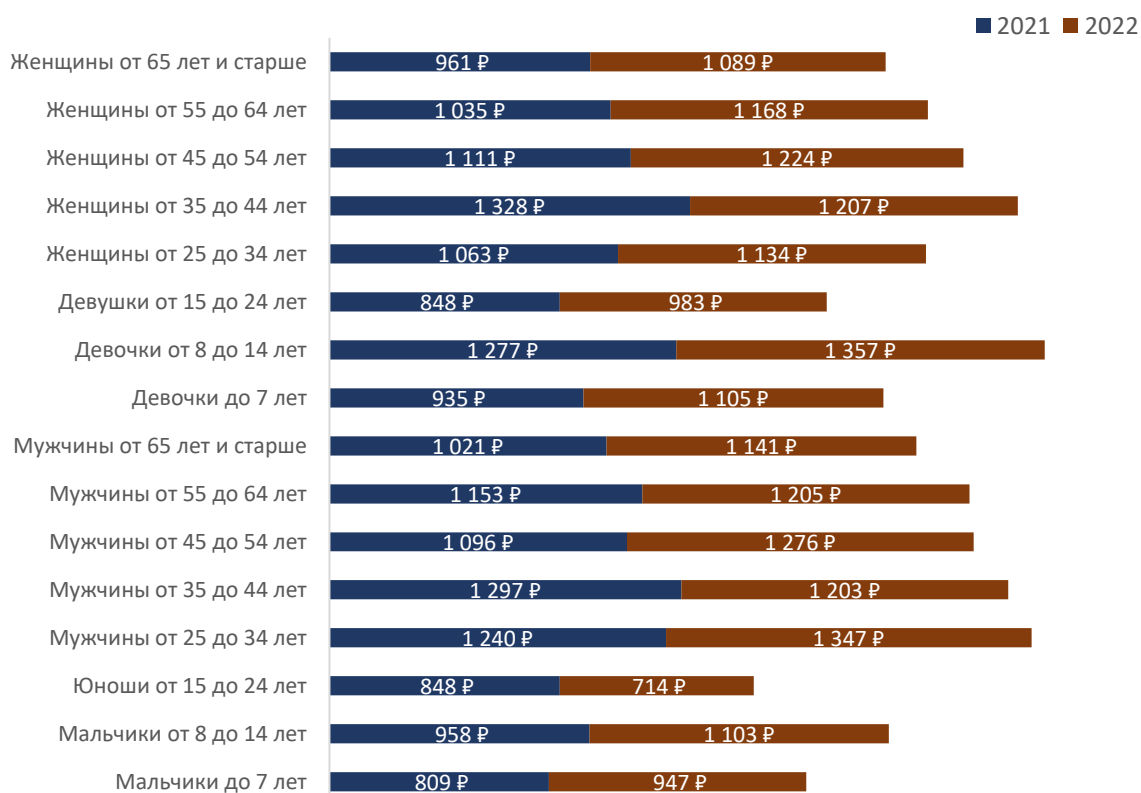
В первом полугодии 2022 года максимальная доля продаж **готовых очков** была у группы женщин 55-64 лет, а минимальная - у девочек до 7 лет.

По сравнению с первой половиной 2021 года в текущем году выросла на 1,5% доля у юношей 15-24 лет и женщин 45-54 лет. В то же время на 1,3%-1,7% снизилась доля у мужчин 55 лет и старше и женщин старше 65 лет.



Средний чек готовых очков в первом полугодии 2022 года уменьшился относительно аналогичного периода прошлого года у юношей 15-24 лет, мужчин 35-44 лет и женщин 35-44 лет на 16%, 7% и 9% соответственно. В остальных группах покупателей показатель вырос с минимальным приростом 5% у мужчин 55-64 лет и максимальным приростом у детей до лет - 17%.

Средний чек готовых очков по половозрастным группам
1 полугодие 2021/20221

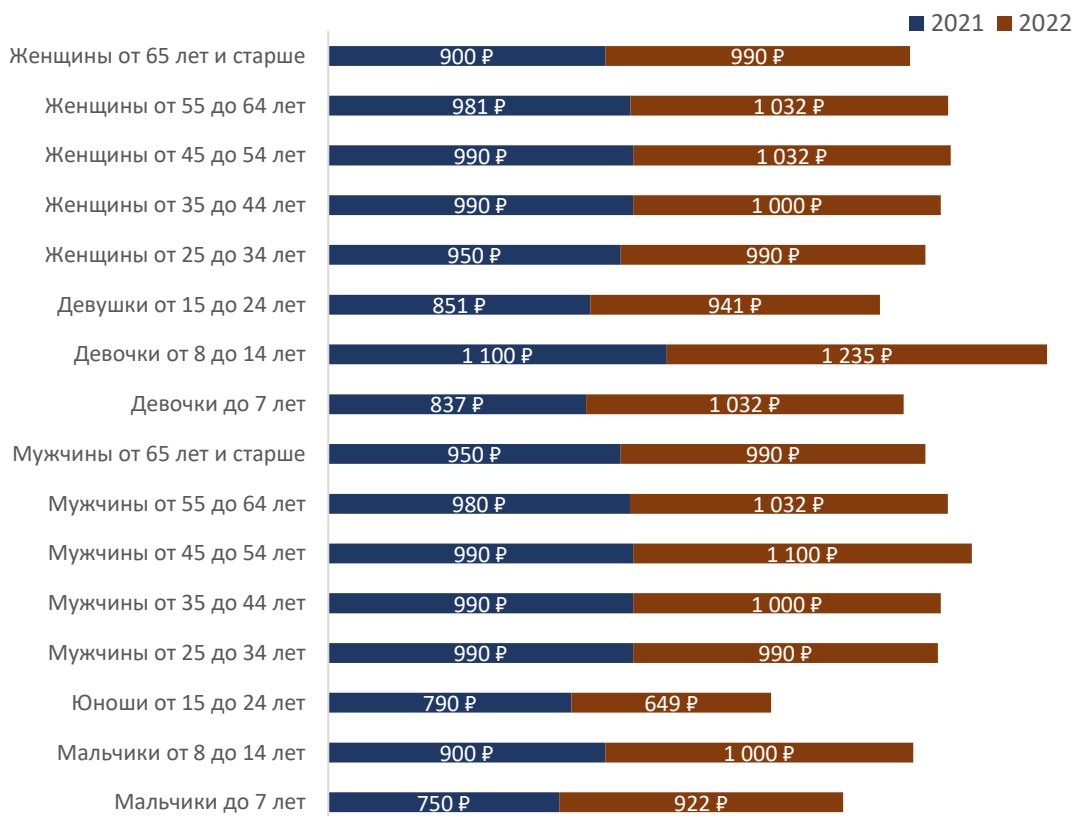


К концу первого полугодия 2022 года средний чек готовых очков уменьшился на 4% и 3% у мальчиков до 7 лет и мужчин 55-64 лет. В остальных группах показатель июня превышал значения января с максимальным приростом больше 50% у детей 8-14 лет обоих полов и минимальным приростом 5% у женщин 55-64 лет.

Медианный чек в аналогичный период снизился на 5% и 10% у мальчиков до 7 лет и юношей 15-24 лет, в остальных группах показатель вырос: максимум также у девочек 8-14 лет - +36%, а минимально - мужчин 25-34 лет.

В сравнении с первой половиной 2021 года медианный чек готовых очков вырос практически во всех группах покупателей за исключением юношей 15-24 лет, где снизился на 18%. Максимальный прирост в 23% был у детей до 7 лет, а минимальный - у мужчин 25-34 лет.

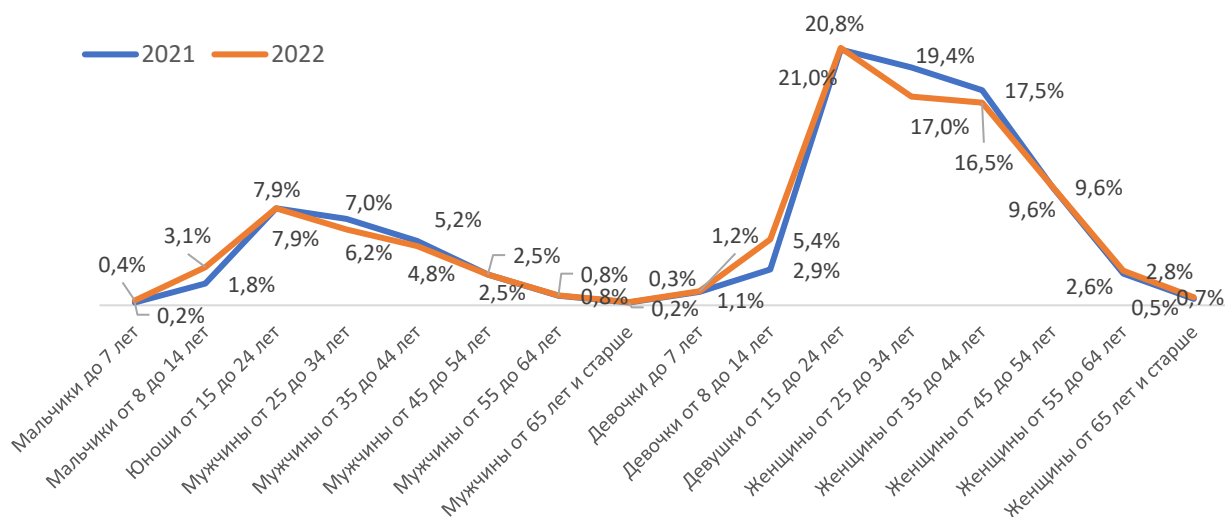
Медианный чек готовых очков по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



В первой половине 2022 года максимальная доля продаж **контактных линз** была у девушек 15-24 (21%), а минимальная у мужчин старше 65 лет.

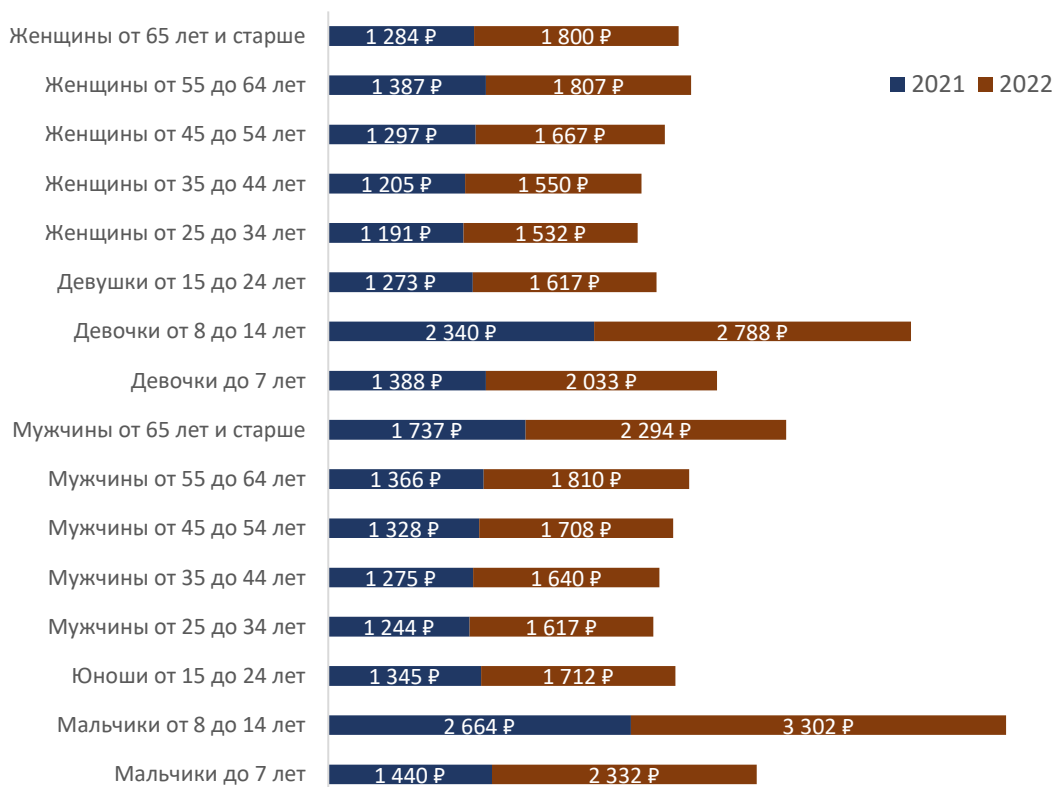
В сравнение с аналогичным периодом 2021 года максимальный прирост доли произошел у группы девочек 8-14 лет (+2,5%), а у женщин 25-34 лет снизилась на 2,4%. Доля сократилась также у мужчин 25-44 лет и женщин 35-44 лет - в пределах 1%.

Доли продаж контактных линз по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Средний чек контактных линз к концу первого полугодия 2022 года вырос по сравнению с началом года во всех группах покупателей с максимальным приростом на 77% у мужчин старше 65 лет и минимальным приростом - 19% - у мальчиков 8-14 лет и мужчин 55-64 лет. Средний темп прироста по всем группам составил 26%.

Средний чек контактных линз по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022

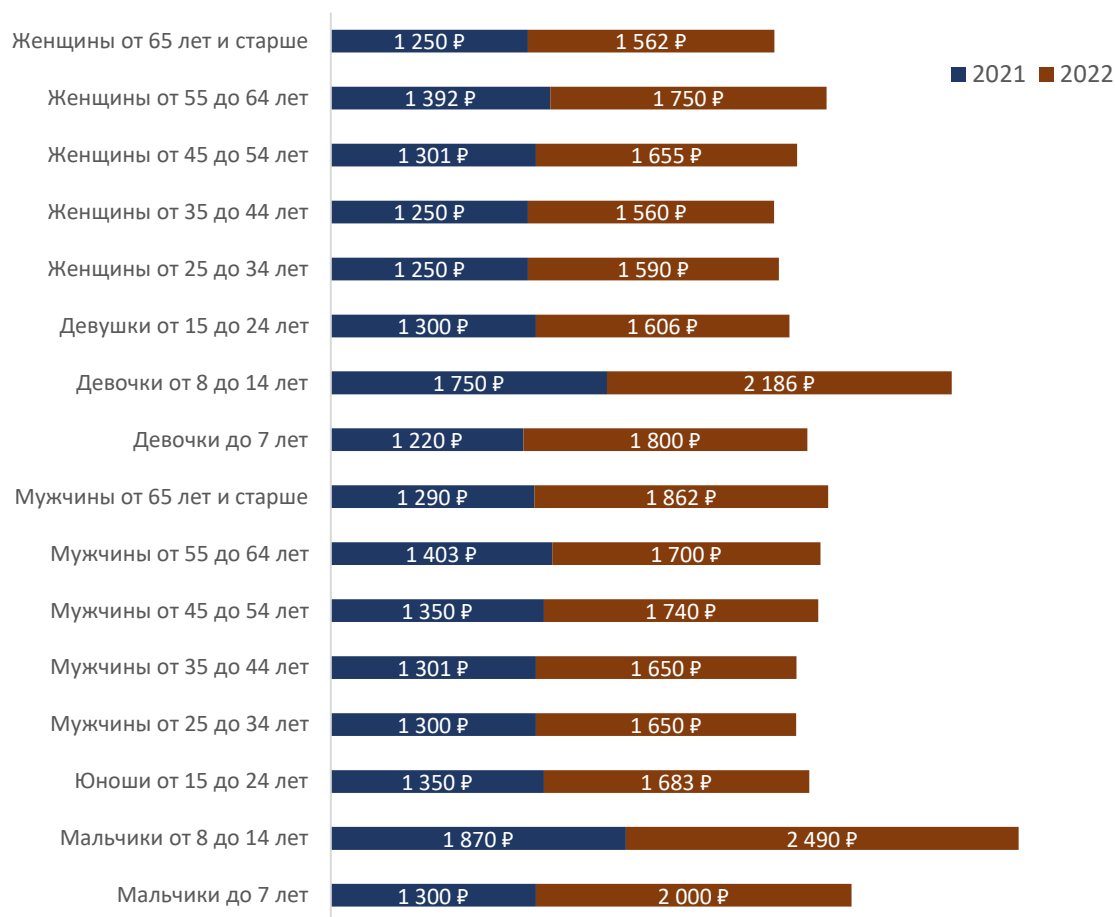


Относительно аналогичного периода 2021 года показатель также был выше во всех группах покупателей, при этом средний темп прироста превысил треть с минимальным значением 19% у девочек 8-14 лет и максимальным значением 62% у мальчиков до 7 лет.

Медианный чек контактных линз также увеличился в июне относительно января во всех группах покупателей с минимальным значением 12% у женщин старше 65 лет и максимальным значением 47% у девочек до 7 лет.

По сравнению с аналогичным периодом 2021 года показатель увеличился во всех группах покупателей с минимальным приростом 21% у мужчин 55-64 лет и максимальным приростом 54% у мальчиков до 7 лет.

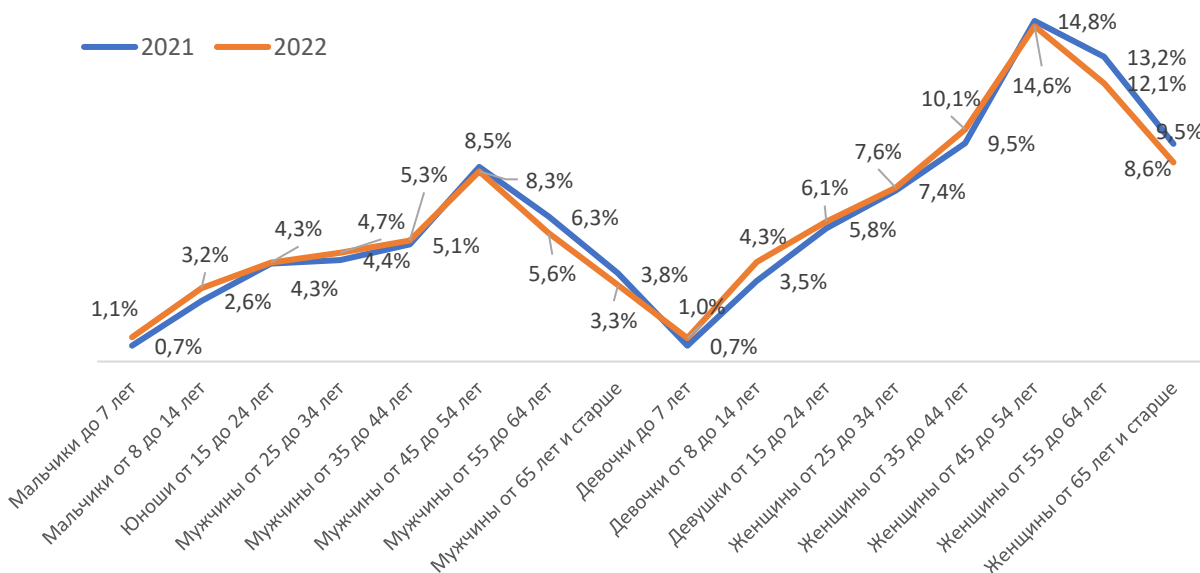
Медианный чек на контактные линзы по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Максимальная доля продаж **оправ** в первой половине 2022 гола была у группы женщин 45-54 лет (15%), а минимальная - у детей обоих полов до 7 лет - 1%.

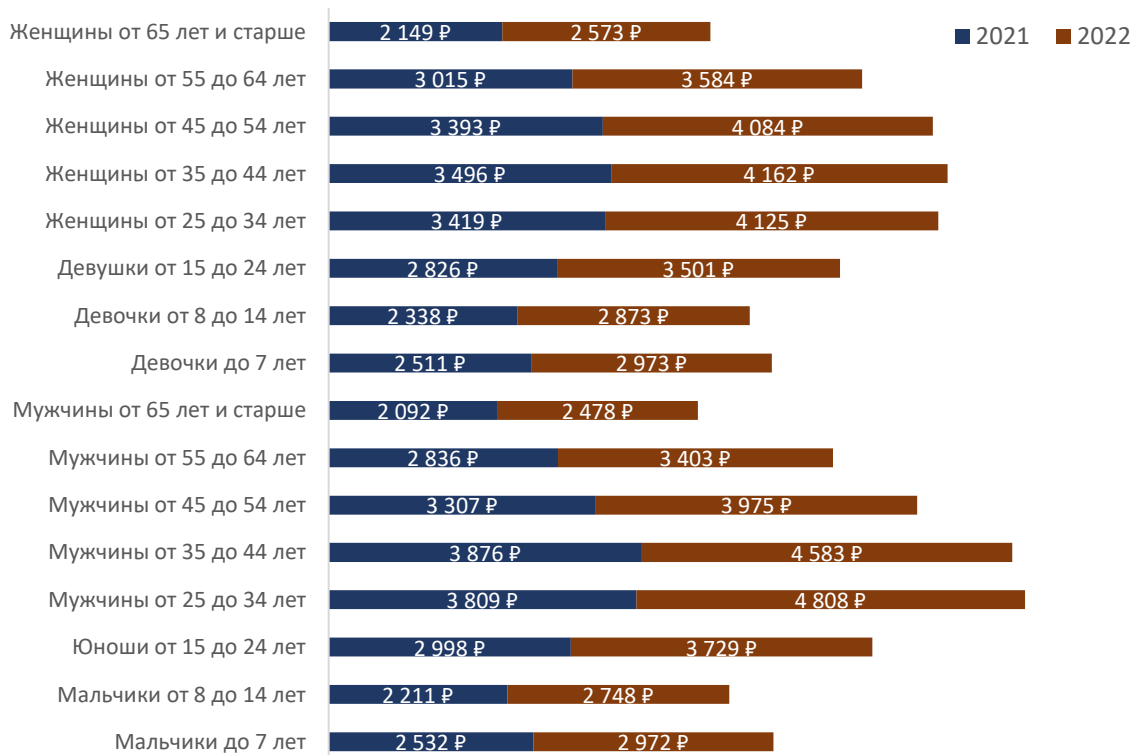
По сравнению с аналогичным периодом 2021 года распределение долей по половозрастным группам незначительно изменилось: максимальное уменьшение произошло у женщин 55-64 лет -1%, а максимальный прирост - 0,8% - у девочек 8-14 лет.

Доли продаж оправ по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Средний чек на оправы к концу полугодия максимально вырос у девочек 8-14 лет на 26%, а минимальный прирост на 0,1% был у женщин 25-34 лет, при этом прирост показателя в июне относительно января произошел во всех группах покупателей со средним темпом прироста 13%.

Средний чек оправ по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022

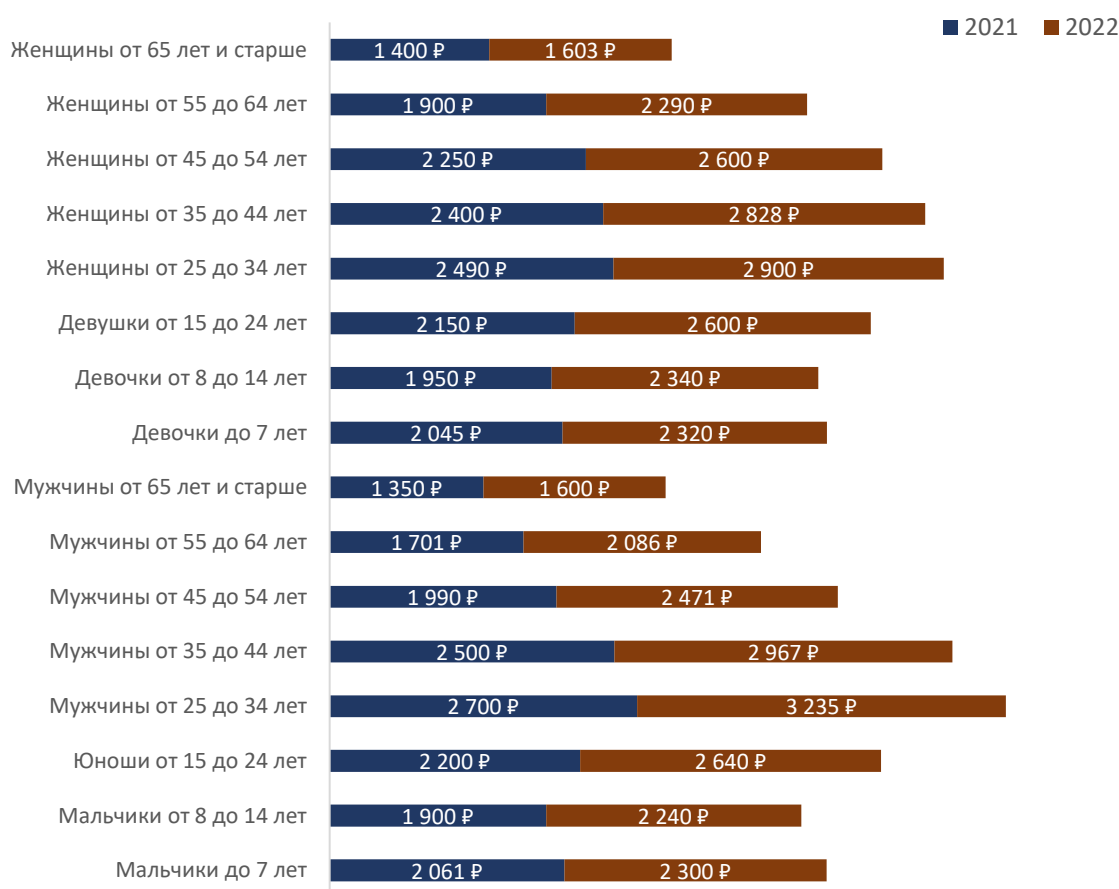


Относительно аналогичного периода 2021 года средний чек также вырос у всех покупателей с минимальным приростом 17% у мальчиков до 7 лет и максимальным приростом у мужчин 25-34 лет на 26%.

Медианный чек также вырос за полгода у всех покупателей с усредненным темпом в 15%. Максимально значение увеличилось в июне относительно января у девочек 8-14 лет (+23%), а минимальный прирост был у мужчин 35-44 лет (+4%).

Относительно аналогичного периода 2021 года прирост составил в среднем 18% по всем группам с минимальным увеличением на 13% у девочек до 7 лет и максимальным приростом на 24% у мужчин 45-54 лет.

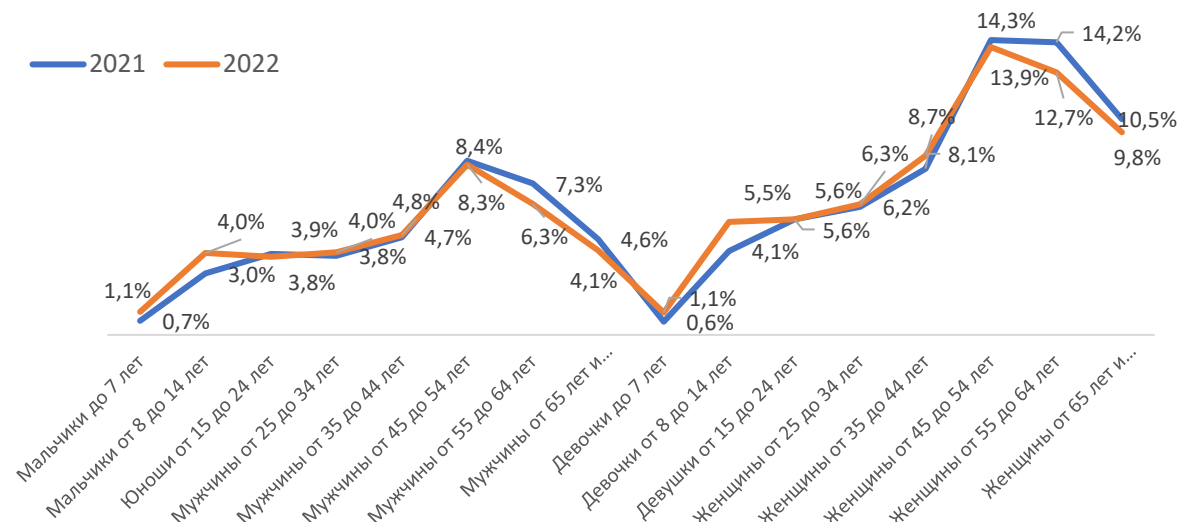
Медианный чек оправ по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Максимальная доля продаж **очковых линз** в первой половине 2022 года была у группы женщин 45-54 лет (14%), а минимальная - у детей обоих полов до 7 лет - 1%.

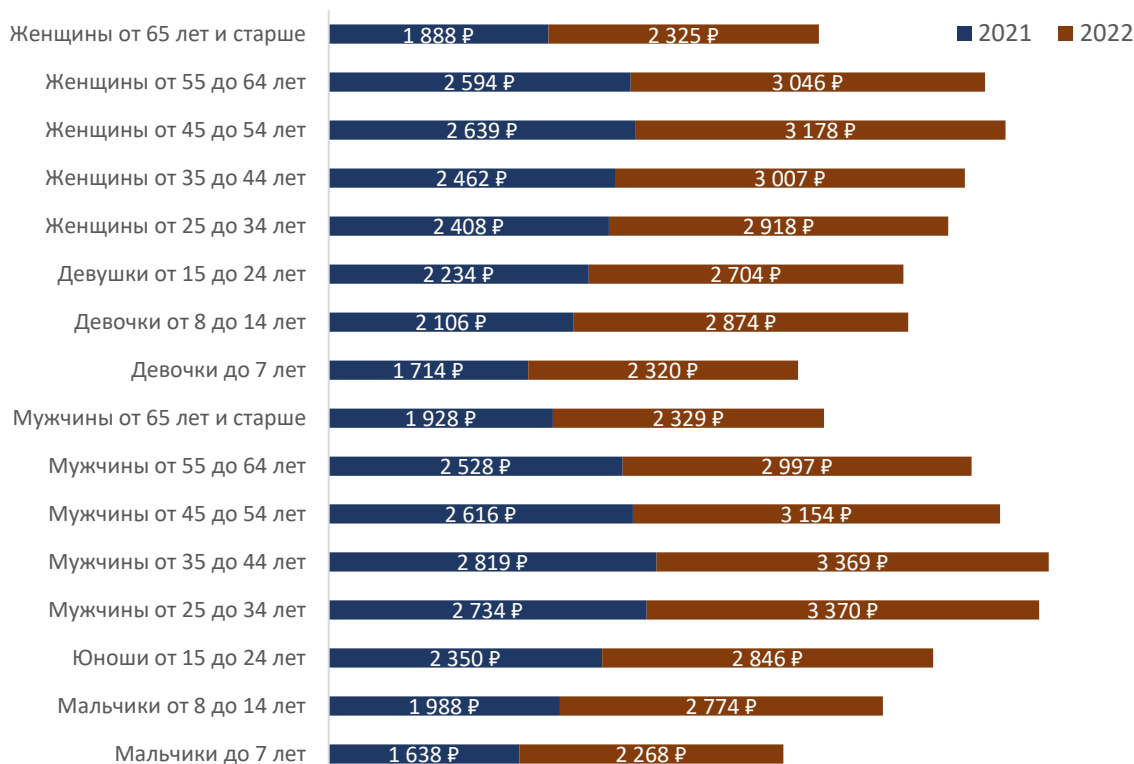
По сравнению с аналогичным периодом 2021 года распределение долей по половозрастным группам, как и у долей оправ, незначительно изменилось: максимальное уменьшение произошло у женщин и мужчин 55-64 лет -1,5% и -1% соответственно, а максимальный прирост – 1,4% - у девочек 8-14 лет.

Доли продаж очковых линз по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Средний чек на очковые линзы уменьшился в июне относительно января у группы мужчин 35-64 лет в среднем на 4% и у женщин 25-64 лет в среднем на 1%. В остальных группах показатель к концу полугодия вырос с минимальным приростом 0,8% у мужчин старше 65 лет и максимальным приростом 21% у девочек 8-14 лет.

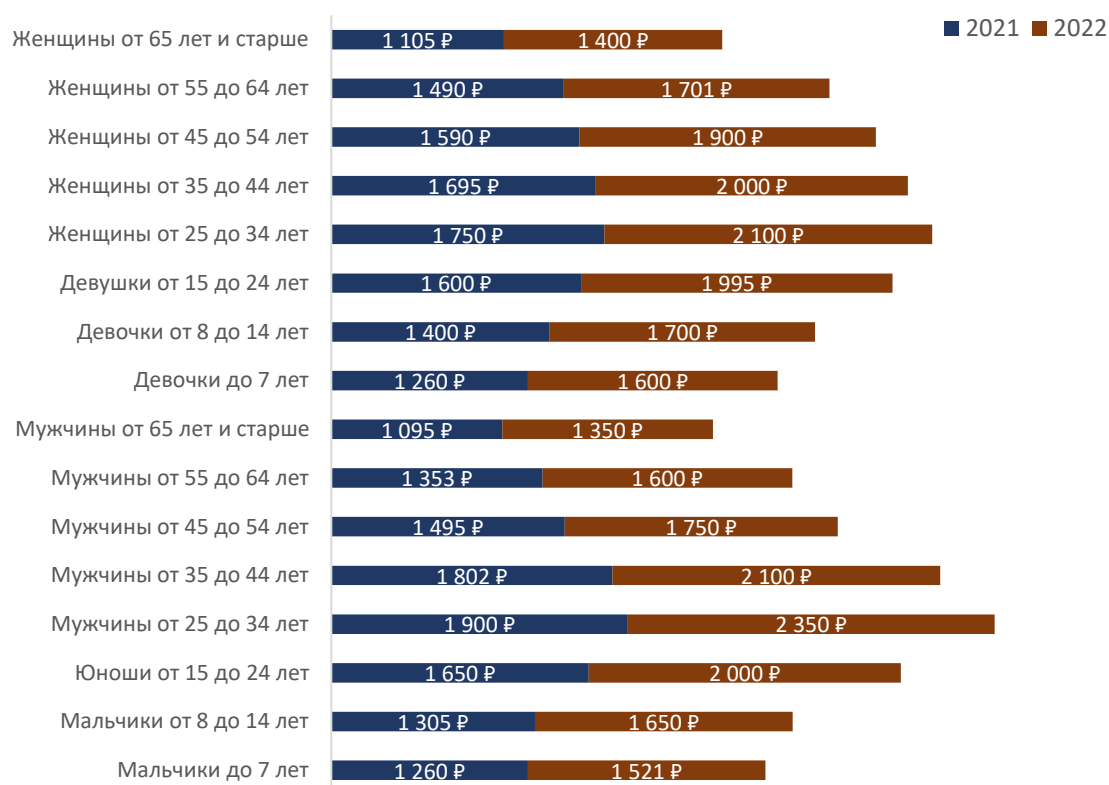
Средний чек очковых линз по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



По сравнению с 1 полугодием 2021 года показатель увеличился у всех групп показателей со средним темпом прироста 25%. Минимальное увеличение чека было у женщин 55-64 лет (17%), а максимальное - у мальчиков 8-14 лет (39%).

Медианный чек очковых линз к концу полугодия уменьшился у мужчин 25-34 лет на 2% и женщин 25-34 лет на 0,5%. В остальных группах покупателей показатель вырос от минимального значения в 2,5% у юношей 15-24 лет до максимального прироста на 21% у мальчиков до 7 лет.

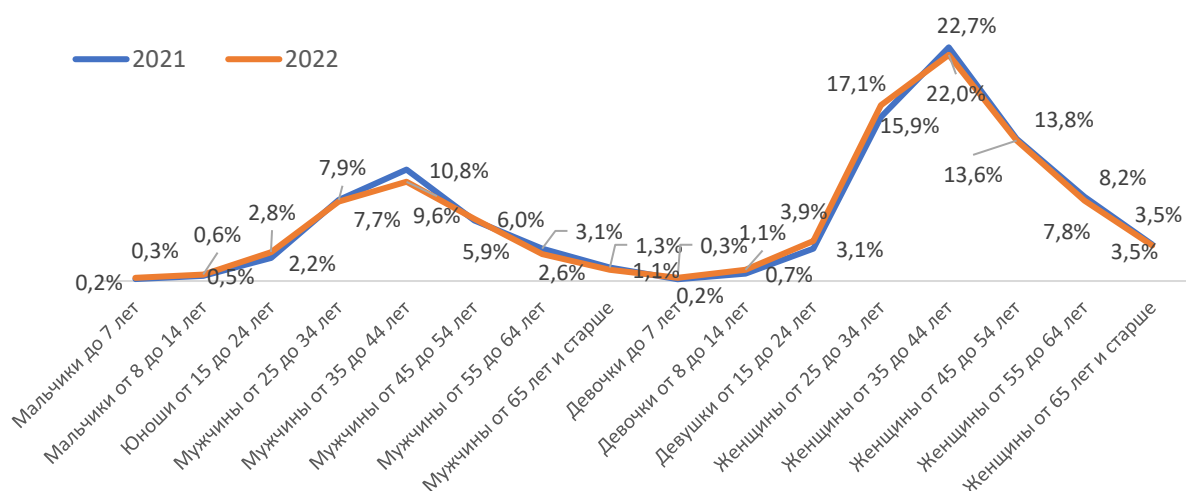
Медианный чек очковых линз по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Максимальная доля - 22% - в продажах **солнцезащитных очков** в первом полугодии 2022 года была у женщин 35-44 лет, а минимальная - 0,3% - у детей обоих полов до 7 лет.

Относительно аналогичного периода 2021 года на 1% выросла доля женщин 25-34 лет, и также на 1% уменьшилась доля мужчин 35-44 лет, в остальных группах изменения происходили в пределах 1% и в целом не изменили общее распределение долей по половозрастным группам в сравнении с предыдущим периодом.

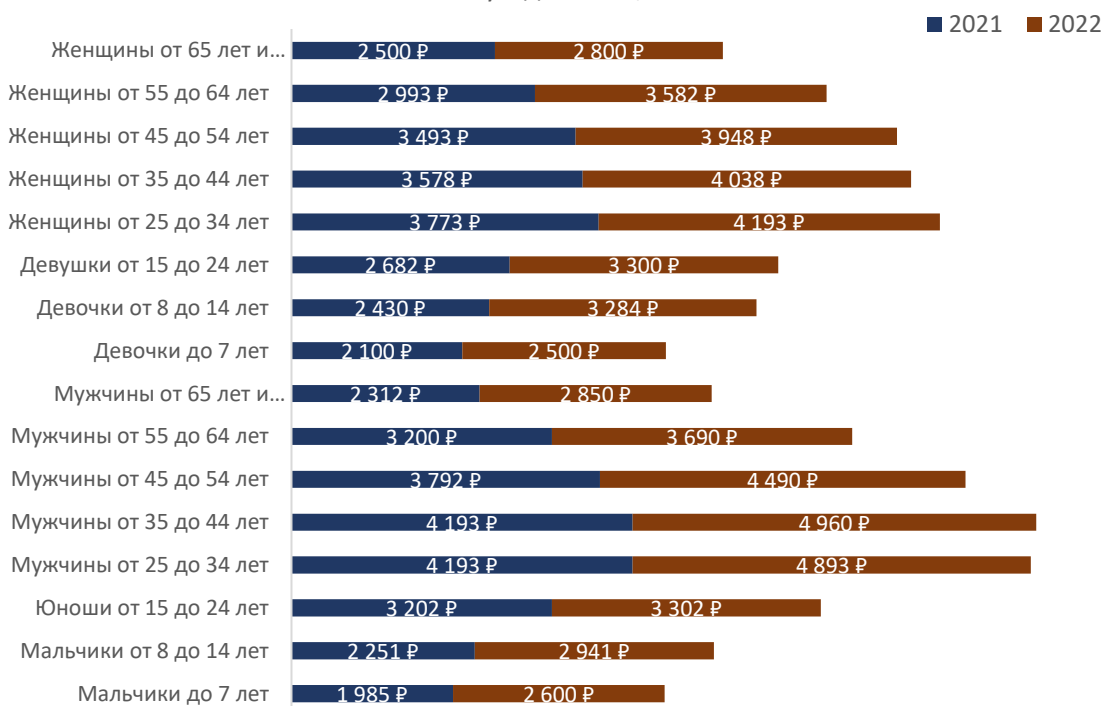
Доли продаж солнцезащитных очков по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Медианный чек снизился в июне относительно января у мужчин от 0 до 34 лет и 45-54 лет, а также женщин от 15 до 64 лет - в среднем на 13%. Соответственно у мужчин 35-44 лет, 55-64 лет и старше 65 лет показатель вырос на 2%, 13% и 34%, а у девочек до 7 лет, 8-14 лет и женщин старше 65 лет на 104%, 20% и 19%.

Относительно аналогичного периода 2021 года медианный чек вырос во всех группах покупателей от минимального значения 3% у юношей 15-24 лет до максимального прироста на 35% у девочек 8-14 лет.

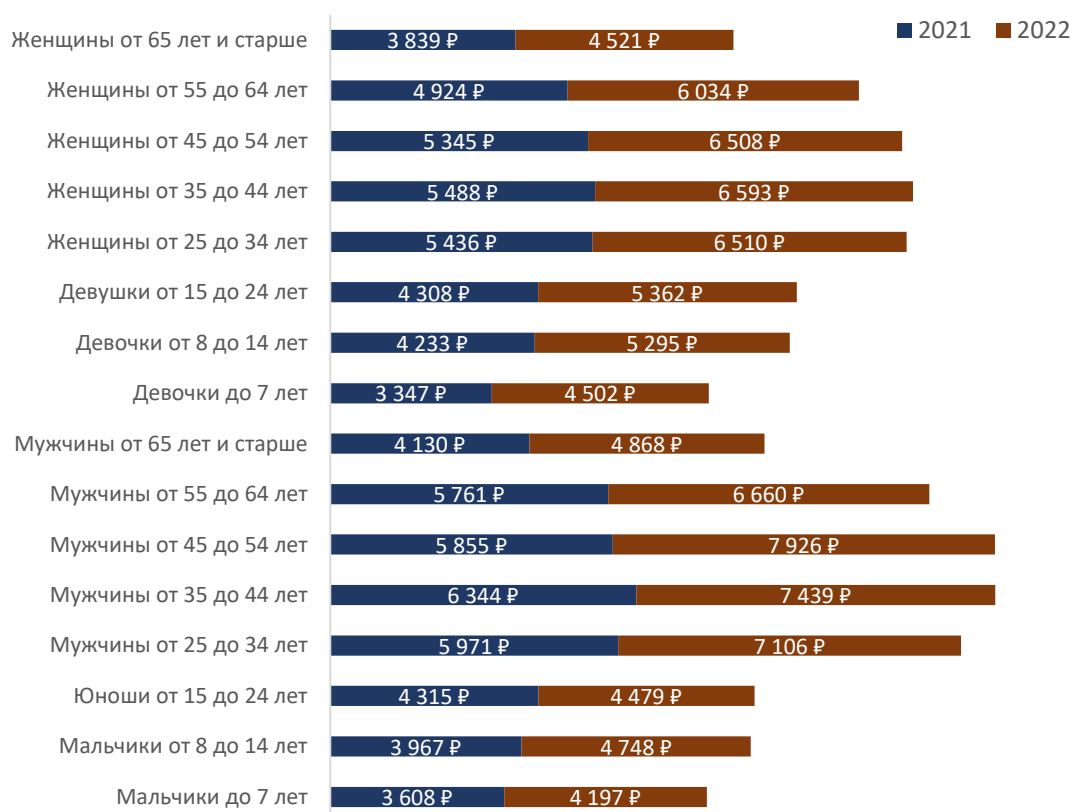
Медианный чек на солнцезащитные очки по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Средний чек солнцезащитных очков к концу первого полугодия 2022 года у 5 групп покупателей: у мужчин 35-44 лет (0,3%), мужчин 55-64 лет (12%), мужчин старше 65 лет (14%), девочек до 7 лет (84%) и женщин старше 65 лет (2%). В остальных группах в июне произошло снижение относительно января от минимальных -14% у мужчин 25-34 лет и 45-54 лет, а также женщин 45-64 лет.

Относительно первого полугодия 2021 года средний чек вырос во всех группах покупателей с усредненным темпом прироста в 20%, где минимальное увеличение было у юношей 15-24 лет (4%), а максимальное - 35% - у мужчин 45-54 лет и девочек до 7 лет.

Средний чек на солнцезащитные очки по половозрастным группам
1 полугодие 2021/2022



Заключение



В первом полугодии 2022 года мы только входили в очередную новую реальность, когда благодаря товарным и денежным запасам, а также общей инерции рынка эффект от происходящего кажется смазанным.

Однако эксперты сходятся во мнении – второе полугодие будет сложнее, поскольку запасы истощатся, инфляция продолжит расти, а быстрых и эффективных решений не находится.

При этом сам рынок тоже создает внутреннюю рецессию - в ожидании кризиса покупатели и продавцы сокращают экономическую активность: меньше закупают, меньше покупают и тем самым усугубляют ситуацию.

Пока в развитие ситуации включено множество слабо прогнозируемых факторов, мировые экономические институты меняют сценарии развития, и опытные эксперты дают крайне осторожные оценки.

Для рынка очковой оптики, разумеется, ситуация будет тоже непростой, однако у него есть положительное (в профессиональном смысле) преимущество – постоянный спрос на товары и их незаменимость для комфортной жизни покупателей.

Несмотря на то, что товары очковой оптики регулярно не попадают в списки первой необходимости, мы с вами знаем, что прогрессирование глазных заболеваний растет для людей разных возрастов и только сообщество профессионалов оптического рынка может помочь с решением этих проблем, а значит – товары очковой оптики будут востребованы при любых обстоятельствах. В свою очередь система управления оптикой ITigris Optima всегда поможет отслеживать оперативную ситуацию с продажами и своевременно принимать решения для продолжения работы вашей оптики.

Справимся вместе.

Спасибо за внимание.

Если вы хотите поделиться мнением о ситуации на рынке или обсудить данные обзора, пожалуйста, свяжитесь с нами:

+7 812 425 64 22

marketing@itigris.ru

