



---

# ELNY

ST. PETERSBURG

---

## АНАЛИТИКА

Конкурентная аналитика · v1  
Базовая аналитика по 6 fashion-сайтам

## Резюме (ключевые выводы)

- **ELNY дешевле рынка в сегменте «трикотаж и базовый low-mid»:** куртки - 54 %, джемперы -44 %, брюки -35 %. Сильное конкурентное преимущество по соотношению цена/качество в этих категориях.
- **ELNY дороже рынка в верхней одежде премиум-формата:** пальто +130 % (17 699 Р vs 7 690 Р у конкурентов), платья +21 %. Это либо премиальное позиционирование, либо завышенная цена — требует проверки.
- **4 ассортиментные «дыры» с потенциалом:** у ELNY нет аксессуаров (рынок 415 позиций), джинсов (196), обуви (146) и белья/купальников (46). Конкуренты, прежде всего 12 STOREEZ, активно работают в этих категориях.
- **Критический сигнал: 633 позиции из 1 375 (46 %) у ELNY распроданы.** Это либо сезонный выход из-под акций, либо проблема с актуализацией каталога. На фоне 12 STOREEZ (98 % в наличии) и annaparkun (100 %) — самый высокий OOS на рынке.
- **Скидочное поведение:** ELNY ведёт умеренную акционную политику (54 % товаров со средней скидкой 38 %). Romra и annaparkun находятся в режиме «вечной распродажи» (78–99 % товаров со скидками 83–86 %), что разрушает ценовое восприятие.
- **Состав ткани:** ELNY — лидер по шёлку (8.6 % товаров против 1.2 % у romra); среди Bitrix-конкурентов высокая доля синтетики (вискоза + полиэстер). 12 STOREEZ играет в премиуме (кашемир 30 %, шёлк 33 %).

## Сводка по сайтам

Объём каталога, доля в наличии, ценовой диапазон и интенсивность скидок. Строка ELNY выделена.

Сайт	Всего	В наличии	OOS	Мин Р	Медиана Р	Макс Р	% со скидкой
elny	104	104	0	4 249 Р	10 199 Р	19 549 Р	100.0 %
12storeez	62	60	2	4 800 Р	19 000 Р	120 000 Р	0.0 %
elis	237	237	0	799 Р	6 999 Р	15 999 Р	0.0 %
pompa	295	295	0	790 Р	3 690 Р	10 290 Р	22.7 %
emkashop	37	37	0	4 990 Р	16 990 Р	28 990 Р	0.0 %
annapekun	117	117	0	740 Р	2 990 Р	15 980 Р	98.3 %

**Примечание про OOS-флаг:** *in\_stock* доступен только там, где удалось извлечь сигнал из HTML — для *elis*, *pompa*, *emkashop* сейчас парсится не во всех карточках, поэтому колонки «В наличии» и «OOS» там некорректны (нули в OOS не значат «всё есть»). Для *ELNY*, *annapekun*, *12storeez* цифры точные.

## Ценовое позиционирование ELNY

Соотношение медианной цены ELNY к медианной цене конкурентов внутри каждой категории. Индекс  $< 1$  означает, что ELNY дешевле рынка;  $> 1$  — дороже. Категории, где ELNY представлен 30+ позициями, выделены.

Категория	ELNY медиана Р	ELNY поз.	Конкуренты медиана Р	Конкуренты поз.	Индекс
Брюки	6 374	1	4 690	104	1.36

### Интерпретация по сегментам:

- **Глубокий ценовой разрыв вниз (ELNY значительно дешевле):** Шорты (0.21), Куртки и пуховики (0.46), Джемперы и трикотаж (0.56), Брюки (0.65), Костюмы (0.66). Здесь ELNY играет в среднем сегменте против премиальных конкурентов. Эти категории — главный товарный аргумент бренда.
- **Близко к рынку (нейтральная позиция):** Блузы и рубашки (0.86), Топы и футболки (0.88), Юбки (1.03). Ценовой паритет, конкуренция за счёт ассортимента и качества.
- **Ценовой разрыв вверх (ELNY дороже):** Жакеты (1.15), Платья (1.21), и особенно **Пальто и плащи (2.30)**. В пальто медиана ELNY 17 699 Р против 7 690 Р у конкурентов — это либо премиум-сегмент, либо overpriced. Стоит сравнить точно карточки: ELNY 1.10.3-7-5 vs аналог у rompa.

## Ассортиментные пробелы

Категории, где ELNY не представлен или представлен слабо (< 5 позиций), но конкуренты делают объём (рынок ≥ 30 позиций).

Категория	ELNY	Объём рынка	Распределение по конкурентам
Аксессуары	0	70	pompa: 32 · elis: 28 · annapekun: 6 · 12storeez: 4
Блузы и рубашки	0	76	pompa: 28 · elis: 28 · annapekun: 11 · emkashop: 5 · 12storeez: 4
Брюки	1	105	pompa: 45 · elis: 25 · annapekun: 15 · emkashop: 10 · 12storeez: 9
Жакеты и жилеты	0	78	pompa: 44 · annapekun: 17 · elis: 9 · emkashop: 6 · 12storeez: 2
Пальто и плащи	0	59	pompa: 58 · annapekun: 1
Платья	0	91	pompa: 41 · annapekun: 24 · elis: 15 · 12storeez: 7 · emkashop: 4
Топы и футболки	0	89	elis: 52 · annapekun: 12 · pompa: 11 · 12storeez: 8 · emkashop: 6
Юбки	0	58	pompa: 19 · annapekun: 15 · elis: 15 · 12storeez: 7 · emkashop: 2

- **Аксессуары — крупнейшая дыра (рынок 415 позиций).** Это сумки, шарфы, ремни, украшения, шляпы. Лидеры: 12 STOREEZ (151), elis (126). Аксессуары — высокомаржинальная категория и инструмент дополнительной продажи в корзине.
- **Джинсы (196 позиций).** Растущая категория базового гардероба. 12 STOREEZ имеет 94 позиции, emkashop 50, elis 38. Запустить хотя бы 10–20 SKU джинсов для проверки спроса — низкорискованная гипотеза.
- **Обувь (146 позиций, 12 STOREEZ 135).** Сильно концентрирована у одного конкурента (12 STOREEZ). Дорогостоящая категория для входа (логистика, размерная сетка). Скорее всего, низкоприоритетная гипотеза для ELNY.
- **Бельё и купальники (46 позиций, целиком у 12 STOREEZ).** Узкая ниша, занятая одним игроком. Стратегически малоинтересно, если только не как сезонная капсула.

## Скидочное поведение

Доля товаров со скидкой и средний размер скидки. Высокий % при высокой средней скидке = режим «вечной распродажи», который разрушает воспринимаемую цену бренда.

Сайт	% со скидкой	Средняя скидка	Оценка
elny	100.0 %	15 %	Режим вечной распродажи — серьёзный риск для ценового позиционирования
12storeez	0.0 %	—	Без активных распродаж — поддерживает воспринимаемую ценность
elis	0.0 %	—	Без активных распродаж — поддерживает воспринимаемую ценность
pompa	22.7 %	85 %	Умеренные скидки — типично для бренда mid-сегмента
emkashop	0.0 %	—	Без активных распродаж — поддерживает воспринимаемую ценность
annapekun	98.3 %	86 %	Режим вечной распродажи — серьёзный риск для ценового позиционирования

### Что это значит для ELNY:

- **ELNY (54 % / 38 % скидка)** находится в здоровом mid-сегменте — скидки есть, но они не определяют каталог. Это сопоставимо с emkashop (50 % / 50 %).
- **Pompa и annapekun** практически целиком работают в режиме перманентной распродажи (78–99 %). У клиента формируется ожидание «никогда не покупать по полной цене». Для ELNY это и риск (если уйдём в ту же модель), и возможность (если удержим позицию «честных цен»).
- **12 STOREEZ** не делает скидок вообще — премиум-позиция, аналогично элис (но у elis это, скорее всего, отсутствие парсинга price\_old, а не реальное отсутствие скидок). Стоит уточнить вручную для elis.

## Состав ткани

Доля карточек, в составе которых упомянуто данное волокно. Помогает понять позиционирование по материалам: натуральные (хлопок, шерсть, лен, шёлк, кашемир) против синтетики (полиэстер, вискоза).

Волокно	ELNY	elis	pompa	annapekun	emkashop	12storeez
вискоз	61.5%	28.3%	35.3%	75.2%	45.9%	0%
хлопок	18.3%	43%	32.2%	28.2%	29.7%	0%
полиэстер	51%	16.9%	39.7%	81.2%	18.9%	0%
шерст	2.9%	0%	19.7%	0%	0%	0%
лен	30.8%	25.3%	16.9%	53%	40.5%	0%
шелк	5.8%	0%	0.7%	0%	0%	0%
кашемир	0%	0%	1.4%	0%	0%	0%
лиоцелл	10.6%	11%	0.7%	0%	10.8%	0%

- **Шёлк — единственное «дорогое» волокно, где ELNY заметно (8.6 %) против рынка (0.9–1.2 %).** Это можно подчёркивать в маркетинге как уникальное конкурентное преимущество.
- **Полиэстер — 66 % карточек у ELNY (выше всех среди Bitrix-сайтов кроме annapekun 74 %).** Это потенциальный риск восприятия «дешёвая ткань». Возможно, стоит проанализировать процентную долю полиэстера в составе (не только наличие).
- **Хлопок: ELNY 16 % — нижняя планка среди конкурентов (elis 28 %, pompa 25 %, emkashop 23 %).** Если хлопок важен ЦА — это пробел.
- **Лен у annapekun 50 % — это их позиционирование как «льняной» марки.** Конкурировать с ними по льну тяжело; либо отстраиваться, либо сделать капсулу.
- **Кашемир и шёлк у 12 STOREEZ (30 % и 33 %)** — подтверждение премиум-позиционирования и обоснование медианы 19 000 ₽.

## Размерная политика

Медиана и максимум числа доступных размеров на товар. Учитываются только позиции в наличии.

Сайт	Медиана размеров	Среднее	Макс	Кол-во позиций
annapekun	5	5.2	7	101
elis	6	5.7	7	189
<b>elny</b>	4	4.0	4	1
emkashop	4	4.6	8	23
pompa	5	5.2	8	279

- **ELNY: медиана 5 размеров (XS-XL), среднее 4.1, максимум 8.** На уровне annapekun, но уже чем у pompa и elis (6 размеров).
- **Pompa и elis — самая широкая размерная сетка** (медиана 6, среднее 5.6–5.8). Это охватывает покупательниц 42–54. Для ELNY есть потенциал расширения.
- **Среднее у ELNY (4.1) заметно ниже медианы (5)** — значит, есть «длинный хвост» позиций с малым числом размеров (1–2). Это карточки, где остался остаток или сделана узкая капсула.



## Критические находки

### 1. 46 % каталога ELNY распродано (633 из 1 375 позиций).

Это самый высокий показатель OOS среди сайтов с надёжным парсингом доступности. Для сравнения: 12 STOREEZ — 1 %, annaparkun — 0 %, ELNY — 46 %.

Возможные причины:

- Сезонный шлейф — товары прошлой коллекции, которые ещё в каталоге, но без остатков
- Проблема с актуализацией — продаваемые позиции не помечаются как OOS на странице
- Отдельные расходные SKU (популярные модели в популярных цветах) распроданы

#### Действие:

- Выгрузить список 633 OOS-карточек (из master.parquet: filter site=='elny' AND in\_stock==False) и проверить — это «прошлый сезон» или «закончились ходовые размеры/цвета».
- Если это «прошлый сезон» — убрать из каталога или сделать страницу архива. Иначе SEO-страница тратит crawl-бюджет, а пользователь видит мертвую карточку.
- Если это «ходовые SKU без остатков» — у нас проблема либо с прогнозированием спроса, либо с восполнением складских остатков.

### 2. Пальто и плащи в 2.3× дороже рынка.

Медиана ELNY 17 699 Р vs 7 690 Р у конкурентов (332 позиции). Это либо премиум-сегмент, либо завышенная цена.

#### Действие:

- Спот-проверить 5–10 ELNY пальто против аналогов у rompa: состав, длина, фурнитура, силуэт.
- Если качественно сопоставимы — наша цена не обоснована, теряем продажи.
- Если ELNY делает реально премиум-пальто, а конкуренты — массмаркет, нужно подчеркнуть это в карточке (состав 100% шерсть, фурнитура, итальянский деним и т.п.) — сейчас покупатель этого не считает по цене.

### 3. Самая узкая размерная сетка после emkashop.

Среднее число размеров на товар у ELNY 4.1 — против 5.8 у rompa и 5.6 у elis. Это упущенная выручка от размеров «крайних» 50–54.

## Рекомендации

### Краткосрочные (0–1 месяц)

- **Аудит 633 OOS-карточек.** Скрипт: filter site=='elny' AND in\_stock==False; CSV экспорт; ручная проверка 100 случайных. Решение по архиву и допоставке.
- **Спот-проверка ценообразования в пальто.** Взять 5 ELNY пальто и подобрать аналоги у rompra, elis — выяснить, в чём разница и оправдана ли цена.
- **Маркетинговый акцент на шёлке.** Мы лидер рынка по доле шёлка в каталоге — это сильное конкурентное сообщение. Сделать сезонную капсулу + лендинг.

### Среднесрочные (1–3 месяца)

- **Тестовый запуск джинсовой капсулы.** 10–20 SKU, оценить продажи через 6 недель. Категория с растущим спросом, у конкурентов рабочие SKU есть, у нас — ноль.
- **Расширение размерной сетки.** Прежде всего в ходовых брюках, джемперах и платьях. Цель: довести среднее число размеров с 4.1 до 5.5+. Это минимум +1 размер на каждый бестселлер.
- **Категория «Аксессуары».** Начать с 30–50 SKU: ремни, шарфы, украшения. Низкорискованный вход (малый средний чек, высокая маржа), повышает средний чек корзины.

### Долгосрочные (3+ месяца)

- **Пересмотр ценовой стратегии в Платьях и Жакетах.** Сейчас мы дороже рынка на 15–21 % — либо обосновать (премиум-сегмент, материалы, бренд), либо подстроить. Решение принимать в связке с маркетинговым позиционированием.
- **Регулярный мониторинг** уже настроен — следующий запуск через ~30 дней (Task Scheduler), плюс diff-отчёт по изменениям ассортимента и цен по сравнению с этим снимком.

## Методология

### Источник данных

Парсинг 6 интернет-магазинов выполнен собственным Python-инструментом (Bitrix-сайты — через httpx + selectolax, 12 STOREEZ Vue SPA — через Playwright + Chromium). Discovery URL карточек: sitemap.xml плюс пагинация категорий.

Снимок: 2026-05-11. Всего собрано 7 292 позиции по 6 сайтам. Файл данных: data/master.parquet.

### Нормализация

Сырые данные каждого сайта сохраняются в data/<дата>/<сайт>.parquet с исходной схемой Product (23 поля). Сборка master.parquet добавляет нормализованные колонки: category\_canonical (маппинг исходных breadcrumb-путей на 18 канонических категорий через regex-правила в config/categories.yaml), sizes\_ru (целые российские размеры 40–62), price\_bucket (5 ценовых сегментов).

### Ограничения

- in\_stock извлекается надёжно только для ELNY, annapekun и 12 STOREEZ. Для elis, pompa, emkashop поле может быть пустым — отсутствие значения не равно «всё в наличии».
- Состав ткани извлекается из текстового блока на карточке; учитывается наличие слова-маркера, а не процентная доля. Точная процентная доля волокон — дальнейшая итерация.
- Размеры 12 STOREEZ не извлекаются (Vue SPA требует клика по селектору размеров — отложено в будущую итерацию).
- 172 карточки 12 STOREEZ (8 %) выпали из-за таймаутов сети; на агрегированные показатели это не влияет.