

## Пресс-релиз

### Исследование GfK: Значение дизайна при покупке гаджетов

31 августа 2015

**Контакты:**

Наталья Игнатьева  
[Natalia.Ignatyeva@gfk.com](mailto:Natalia.Ignatyeva@gfk.com)  
Александр Федотов  
[Aleksandr.Fedotov@gfk.com](mailto:Aleksandr.Fedotov@gfk.com)  
+7 495 937 7222

- **Каждый третий покупатель в мире считает, что внешний вид и дизайн устройства очень важен**
- **Российские потребители - в числе самых требовательных к дизайну техники и гаджетов; меньше всего на дизайн девайсов обращают внимание в Швеции, Бельгии и Германии**
- **В России «внешность» устройств важнее для женщин, чем для мужчин**

**Москва - Нюрнберг, 31 августа, 2015 – Новые гаджеты появляются каждый месяц, но далеко не все пользуются успехом у покупателей. GfK провела исследование в 22 странах мира, включая Россию, чтобы узнать, какую роль в выборе устройства играет его дизайн и внешний вид.**

Каждый третий (33 процента) участник международного исследования GfK «абсолютно» уверен, что для гаджетов очень важен дизайн и внешний вид. При этом тех, кто так не думает, намного меньше: лишь 9 процентов, или каждый десятый участник исследования. Интересно, что в целом по миру, мнения и мужчин и женщин в этом вопросе совпали.

Внешний вид и дизайн оказались важнее всего для возрастной группы 20-29 лет, где 37 процентов говорят о высокой значимости дизайна и внешнего вида устройства при его выборе в магазине – и лишь 5 процентов твердо уверены в обратном. Немного отстают 30-39-летние (36 и 6 процентов соответственно) и тинейджеры 15-19 лет (34 и 11 процентов соответственно). Меньше всех на внешний вид устройства обращают внимание респонденты от 50 лет и старше, - лишь 23 процента из них уверены, что гаджет должен иметь привлекательную «внешность».

#### **Россия - в числе стран, где потребителям очень нужен стильный дизайн устройств**

Производителям гаджетов стоит обратить особое внимание на дизайн и внешний вид устройств, планирующих к продаже в Турции, Мексике, Бразилии, Украине и России. Потребители в этих странах оказались самыми требовательными к тому, как выглядят технические новинки: 49 процентов опрошенных в Турции, 48 процентов мексиканцев и 45 процентов бразильцев считают, что «внешность» играет важную роль при принятии решения о покупке гаджета.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

Management Board:  
Matthias Hartmann (CEO)  
Christian Diedrich (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckingер  
Debra A. Pruent

Chairman of the  
Supervisory Board:  
Dr. Arno Mahler

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

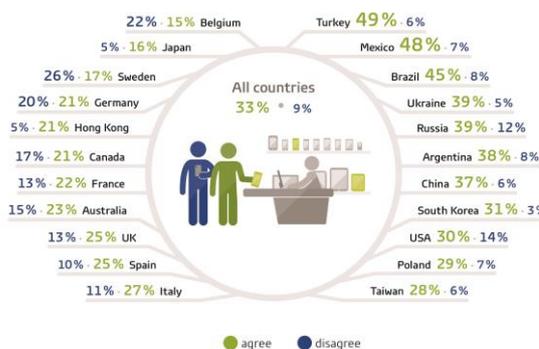
«Абсолютно» согласны с этим почти четверть респондентов в каждой из упомянутых стран.

В России на дизайн устройства при покупке обращают внимание 39 процентов покупателей. При этом женщины чаще говорят о важности внешнего вида гаджетов, чем мужчины (43 и 35 процентов соответственно). 13 процентов мужчин и 10 процентов женщин не согласны с утверждением о значимости дизайна устройств. Что касается возрастных групп в России, то самыми требовательными к дизайну оказались покупатели возрастных групп 20-29 и 30-39 лет (43 и 42 процента соответственно).

### Швеция, Бельгия и Германия: «внешность» устройства - не главное

Противоположных взглядов на дизайн устройств придерживаются в Швеции, Бельгии и Германии: покупатели здесь в большинстве своем считают, что при покупке гаджета обращать внимание на его дизайн совсем не обязательно. Четверть (26 процентов) шведов не согласны с тем, что внешний вид устройства играет существенную роль при его выборе; следом идет Бельгия (22 процента) и Германия (20 процентов). Отметим, что примерно каждый десятый респондент «абсолютно» не согласен с утверждением о важности дизайна (14 процентов – в Швеции и 10 процентов в Бельгии и Германии).

INTERNATIONAL AGREEMENT: THE LOOK AND STYLE OF A TECHNOLOGY PRODUCT IS VERY IMPORTANT IN DECIDING WHICH ONE TO BUY



Source: GfK survey among 26,000+ Internet users (ages 15+) in 22 countries – top 2 boxes / bottom 2 boxes out of 7-point scale – rounded

© GfK 2015

Инфографика в файле большого размера: [www.gfk.com/PublishingImages/Press/GfK-Infographic-Look-Technology-Countries-Web.jpg](http://www.gfk.com/PublishingImages/Press/GfK-Infographic-Look-Technology-Countries-Web.jpg)

Арндт Полифке, глобальный директор, рынок телекоммуникаций, GfK: “Результаты исследования GfK помогают нашим клиентам увидеть полную картину рынка: на что обращают внимание при выборе техники потребители разных возрастных групп, живущие в разных

странах. Например, какой рынок лучше выбрать для запуска смартфона с выдающимся дизайном? В наших исследованиях мы используем данные из точек продаж, которые показывают, насколько успешно продается конкретный продукт, по какой цене. Это позволяет лучше понять рынок и выстроить соответствующую рыночную стратегию”.

Чтобы получить больше информации о международных исследованиях GfK, свяжитесь с нами по email [press@gfk.com](mailto:press@gfk.com) или [ru@gfk.com](mailto:ru@gfk.com)

### **Об исследовании**

В исследовании GfK приняли участие более 26000 человек из 22 стран, включая Россию, в возрасте от 15 лет и старше (в России – от 16 лет). Метод - онлайн интервью, кроме Украины, где исследование проходило в формате личных интервью. Полевой этап исследования состоялся летом 2014 года. В странах, где проводились онлайн опросы, данные были взвешены для отображения демографического состава онлайн-населения в возрасте от 15 и старше на каждом рынке (в России – от 16 лет). В Украине, где исследование проводилось путем личных интервью, выборка репрезентирует городское население верхнего социально-экономического уровня в возрасте от 15 и старше, не включая самые низкие социально-экономические уровни; респонденты, пользовавшиеся Интернетом в течение предшествовавших 30 дней, в исследовании не участвовали. Страны, принявшие участие в исследовании: Аргентина, Австралия, Бельгия, Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Гонконг, Италия, Япония, Мексика, Польша, Россия, Южная Корея, Испания, Швеция, Тайвань, Турция, Великобритания, Украина и США.

### **О GfK**

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте [www.GfK.com/ru/](http://www.GfK.com/ru/) или в Твиттере GfK: [https://twitter.com/gfk\\_rus](https://twitter.com/gfk_rus)