

Пресс-релиз

Отказаться нельзя покупать

Исследование GfK: стратегии экономии россиян

14 августа 2017

Контакты:

Наталья Игнатьева
Natalia.Ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

GfK изучила стратегии экономии потребителей в 2017 году и то, как складывается конъюнктура для 29 секторов потребительского рынка в России на ближайшие 12 месяцев.

За последние 3 года россияне научились экономить и неохотно ослабляют пояса. В ходе Всероссийского исследования эксперты GfK регулярно спрашивают россиян, от каких товаров или услуг они готовы отказаться при ухудшении финансового положения.

По данным исследования, чаще всего потребители заявляют, что готовы отказаться от покупки ювелирных украшений, путешествий, походов в бары и рестораны, покупки автомобилей и недвижимости. Однако, как показывают результаты исследования GfK, с середины 2017 года по ряду секторов потребительского рынка наблюдается тенденция на снижение количества экономящих. Особенно заметно потепление потребительского климата, который сложился ко второму кварталу 2017 года - для мебели, товаров для дома и дачи, сектора бытовой техники и электроники. Сократилось и количество тех, кто планирует сэкономить на занятиях спортом, а также ремонте и обслуживании автомобилей.

На противоположном конце списка такие категории расходов россиян, как лекарства и медуслуги, продукты питания, расходы на связь, образование, транспорт и бензин. Экономить на этих статьях хотят наименьшее количество россиян. Что интересно, изменения наметились и здесь, но уже другого характера. Впервые усилился запрос потребителей на экономию в «неэластичных» категориях, таких как расходы на мобильную связь, транспорт, товары повседневного спроса и даже коммунальные услуги.

«Очевидно, что решения, которые помогут россиянам экономить на связи, транспорте, коммунальных услугах и при покупке продуктов питания, будут в выигрыше от текущих потребительских трендов», - комментирует Александр Демидов, генеральный директор CEO GfK Rus.

Результаты Всероссийского исследования GfK. Ответы на вопрос: От покупки каких товаров и использования каких услуг, которые вы планировали, вы готовы отказаться при ухудшении финансового положения вашей семьи?

Статья расходов	1 кв. 2017 (февр), % респ.	2 кв. 2017 (июнь), % респ.	Динамика изменений
Ювелирные украшения	47	46	
Путешествия	35	41	
Бары, рестораны	43	40	
Покупка автомобиля	38	39	
Покупка недвижимости	37	37	
Посещение салонов красоты	38	35	
Мебель, товары для дома и дачи	41	34	
Ремонт жилья, строительство	33	33	
Развлечения	37	33	
Расходы на хобби	28	30	
Вклады	26	26	
Бытовая техника, электроника, телефоны	30	26	
Косметика и парфюмерия	27	24	
Спорттовары	25	24	
Книги и журналы	28	24	
Занятия спортом	29	20	

Страхование	19	20	
Подарки	20	19	
Одежда и обувь	19	17	
Ремонт и обслуживание автомобиля	22	17	
Расходы на содержание домашних животных	14	13	
Выплаты по кредитам	12	13	
Транспортные расходы, бензин	9	12	
Образование / обучение	14	11	
Товары для детей, игрушки	13	11	
Расходы на связь	6	9	
Продукты питания	4	7	
Расходы на оплату коммунальных услуг	3	6	
Лекарства, медицинские услуги	5	6	

Об исследовании

Более 20 лет Международный институт маркетинговых и социальных исследований GfK ведет мониторинг потребительского поведения и социальных настроений в России на базе Всероссийского омнибусного исследования. Данное исследование является уникальным в своем роде: по ряду тем оно содержит данные, начиная с 1996 года, и охватывает все этапы, пройденные российской экономикой и потребительским рынком за это время. Выборка 2100+ респ., репрезентативна населения РФ в возрасте от 16+.



О GfK

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях и ведущий эксперт в сфере анализа данных в 100 странах мира. Более 13 000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике 80-летний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, интернет и медиа-бизнес, 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/ или в Твиттере GfK: https://twitter.com/gfk_rus.