

Пресс-релиз

Исследование GfK: жители США, Канады и Великобритании больше всех довольны количеством времени на отдых

17 июля 2015

Контакты:

Наталья Игнатьева
Natalia.Ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

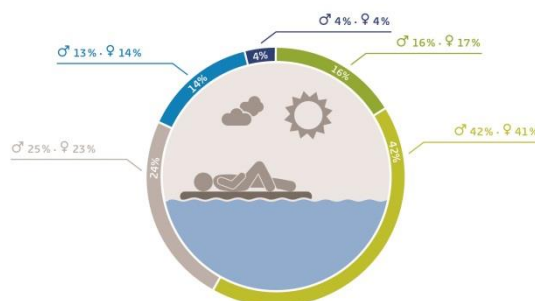
+7 495 937 7222

- Больше всего на нехватку свободного времени жалуются в России и Японии; меньше всего - в Америке, Канаде и Великобритании

Нюрнберг - Москва, 17 июля 2015 – Высокие темпы жизни и нехватка свободного времени - одна из частых жалоб и главных тем для разговоров людей, наряду с погодой и ценами. Однако, как показало исследование GfK, большинство людей – 58 процентов – на самом деле полностью или вполне удовлетворены имеющимся у них временем для отдыха.

16 процентов респондентов от 15 лет из 22 стран, включая Россию, принявших участие в исследовании GfK, сказали, что «полностью» удовлетворены объемом своего свободного времени, 42 процента говорят, что удовлетворены «вполне». Недовольных своим балансом между работой и отдыхом оказалось гораздо меньше: лишь 18 процентов считают, что отдыхают недостаточно, при этом в этой группе 4 процента времени на отдых не хватает «категорически». Оставшиеся 24 процента участников опроса сохранили нейтральную позицию.

SATISFACTION WITH THE AMOUNT OF LEISURE TIME



GfK SE
 Nordwestring 101
 90419 Nuremberg
 Germany

Tel. +49 911 395-0
 Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

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

Chairman of the
 Supervisory Board:
 Dr. Arno Mählert

Commercial register
 Nuremberg HRB 25014

Смотрите инфографику в полном размере:

<http://www.gfk.com/PublishingImages/Press/GfK-Infographic-Leisure-time-Total.jpg>

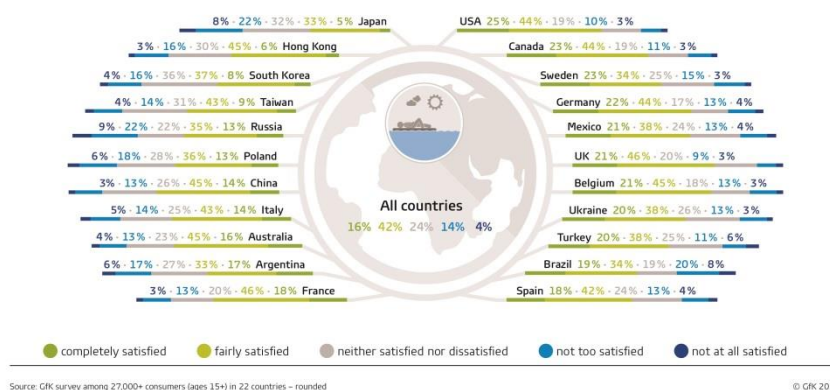
Результаты исследования GfK, посвященного отношению потребителей к работе и отдыху, будут полезны компаниям,

работающим в индустрии развлечений и отдыха для более точного планирования рекламных активностей с учетом предпочтений и взглядов конкретной группы. Так, к примеру, потребителей, которым не хватает свободного времени, заинтересует предложение получить максимум впечатлений за ограниченное время, и их привлекут такие досуговые активности, которые можно было бы распределить в нерегулярные периоды свободного времени, скажем, при загруженном рабочем графике.

Россияне - в тройке лидеров по дефициту свободного времени

Как проводить свободное время, каждый решает по-своему, в зависимости от страны проживания, культурных условий и многих других факторов. А вот количество свободного времени, или его нехватка – понятия общие для всех наций.

SATISFACTION WITH THE AMOUNT OF LEISURE TIME



Инфографика: <http://www.gfk.com/PublishingImages/Press/GfK-Infographic-Leisure-time-Countries.jpg>

Несмотря на небольшое число праздничных дней в США, жители этой страны оказались больше остальных удовлетворены количеством имеющегося у них свободного времени, его хватает почти семи из десяти (69 процентов) респондентов. Следом идет Канада и Великобритания (по 67 процентов), затем – Бельгия и Германия (66 процентов каждая). Больше всего нехватку свободного времени ощущают в России – и это несмотря на большое количество официальных праздничных дней: каждый третий (31 процент) опрошенный здесь не доволен количеством своего свободного времени. Также высока доля недовольных количеством времени для себя – в Японии (30 процентов) и Бразилии (28 процентов).

На пенсии отдохнем

Больше других, что не удивительно, количеством своего свободного времени оказались довольны респонденты в возрасте от 60 лет и старше: 76 процентов опрошенных в этой группе удовлетворены количеством свободного времени (31 процент – «полностью» удовлетворены и 46 - «вполне»). Впрочем, в других возрастных категориях последний вариант ответа также пользовался популярностью, в зависимости от группы, от 40 до 43 процентов респондентов сказали, что «вполне» удовлетворены имеющимся у них количеством времени на отдых. Однако, ответ «полностью удовлетворен» в этих группах пользовался намного меньшей популярностью, чем в группе 60+.

Об исследовании

В исследовании GfK приняли участие более 27000 человек из 22 стран, включая Россию, в возрасте от 15 лет и старше. 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 странах, 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. 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 компании 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/ или в Твиттере GfK: https://twitter.com/GfK_Rus