

ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЯН В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

**А.Демидов
ГфК-Русь**

Содержание:

1. Отношение к кризису
2. Доходы, расходы, занятость
3. Потребительские настроения
4. Потребительское поведение

Характеристика исследования

Отношение к кризису

Более 10 лет международный институт маркетинговых и социальных исследований ГфК-Русь ведет мониторинг потребительского поведения и социальных настроений в России.

3

В основе исследования - всероссийский репрезентативный опрос населения.

Объем выборки - 2200 респондентов.

Выборка - многоступенчатая, стратифицированная, со случайным отбором респондентов в точках опроса.

Количество точек опроса - 160. Ошибка выборки составляет 2,4%.

Регулярность проведения исследования - не реже одного раза в год.

Исследование состоит из следующих блоков:

- Социально-демографические показатели
- Потребительские настроения
- Социальные настроения
- Потребительское поведение на отдельных рынках
- Привычки потребления
- Типология потребителя

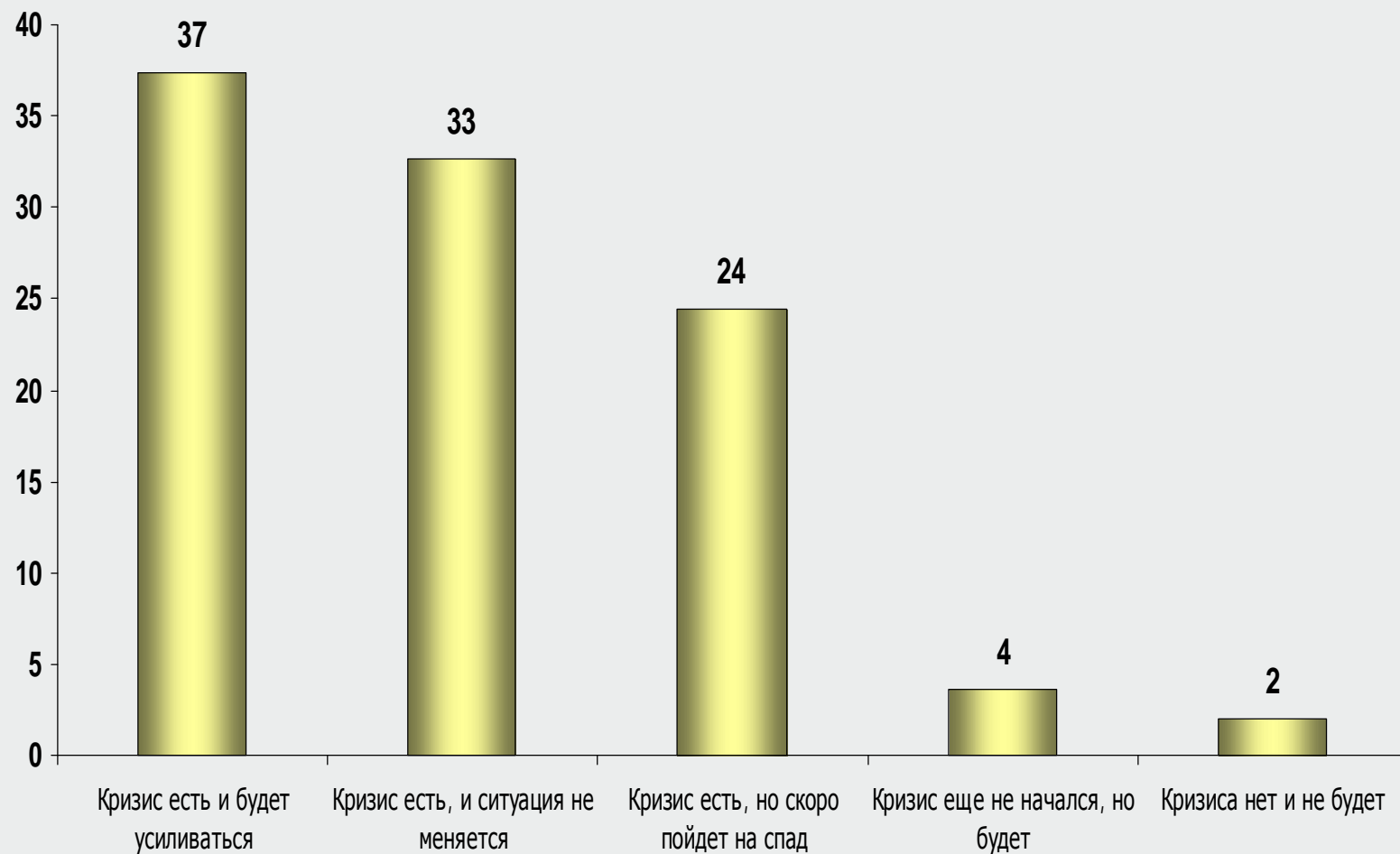
В 2008 году мы провели основную часть нашего исследования в мае.

В связи с изменившейся к осени этого года экономической и социальной ситуацией мы повторили наше исследование в декабре 2008 года. Следующая волна проведена в марте 2009.

Таким образом, мы имеем возможность сравнить портрет российского потребителя до начала кризиса и после.

Отношение к кризису

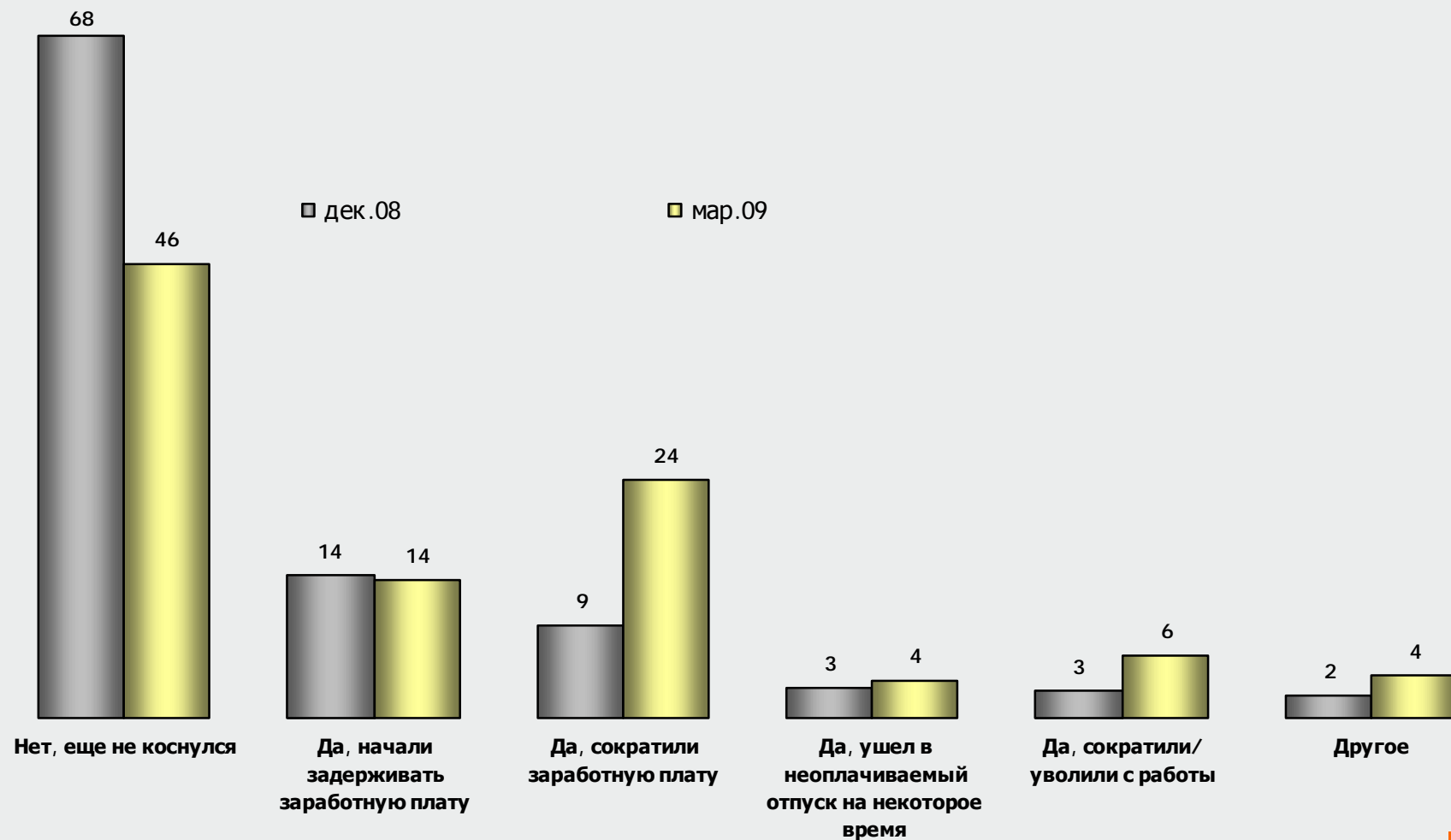
Что Вы думаете о кризисе в России?



4

Отношение к кризису

Коснулся ли кризис лично Вас или членов Вашей семьи?

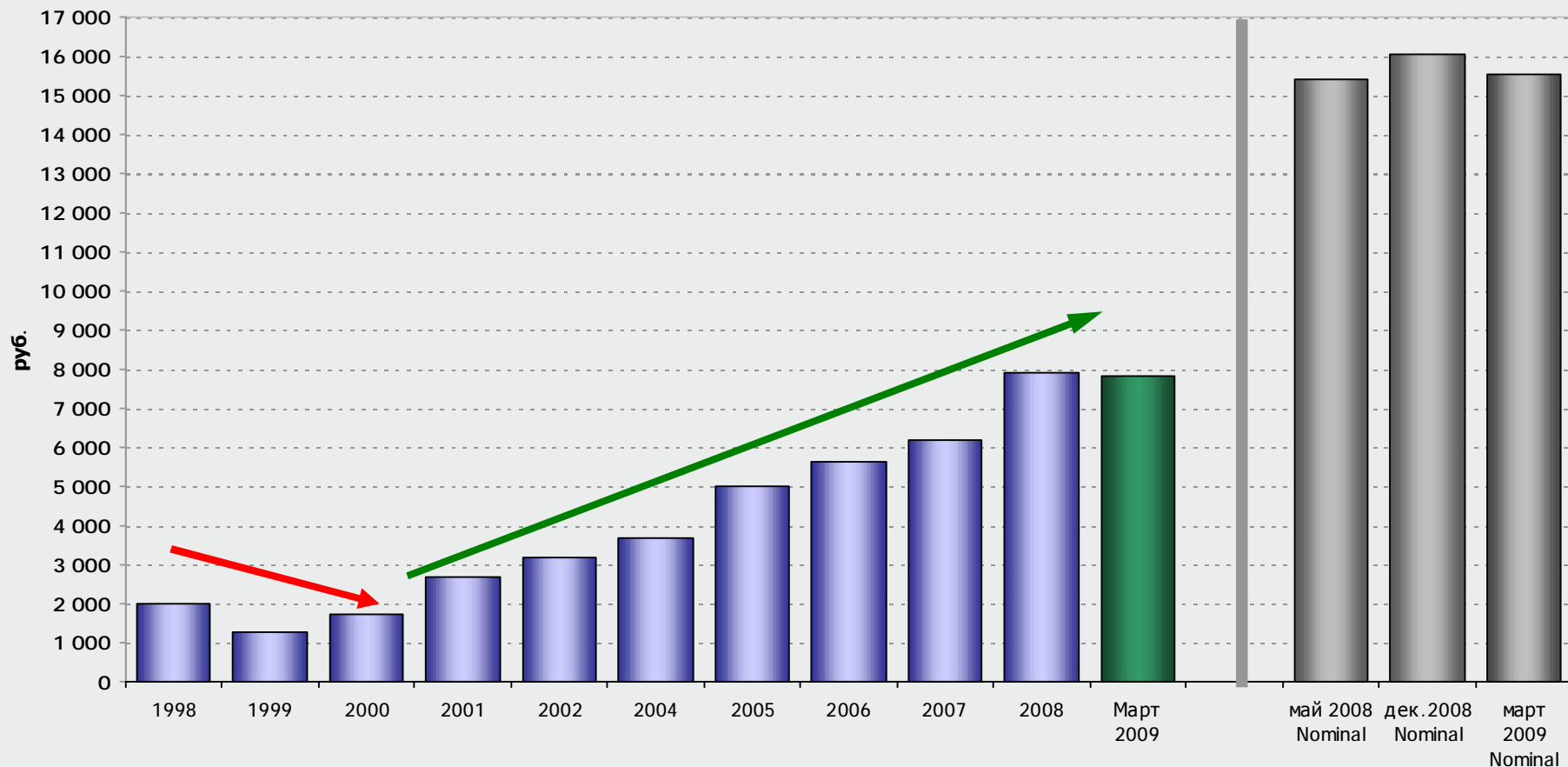


5

Доходы, расходы, занятость

Ежемесячный доход на душу населения 1998-2008
В сопоставимых ценах 2001-года

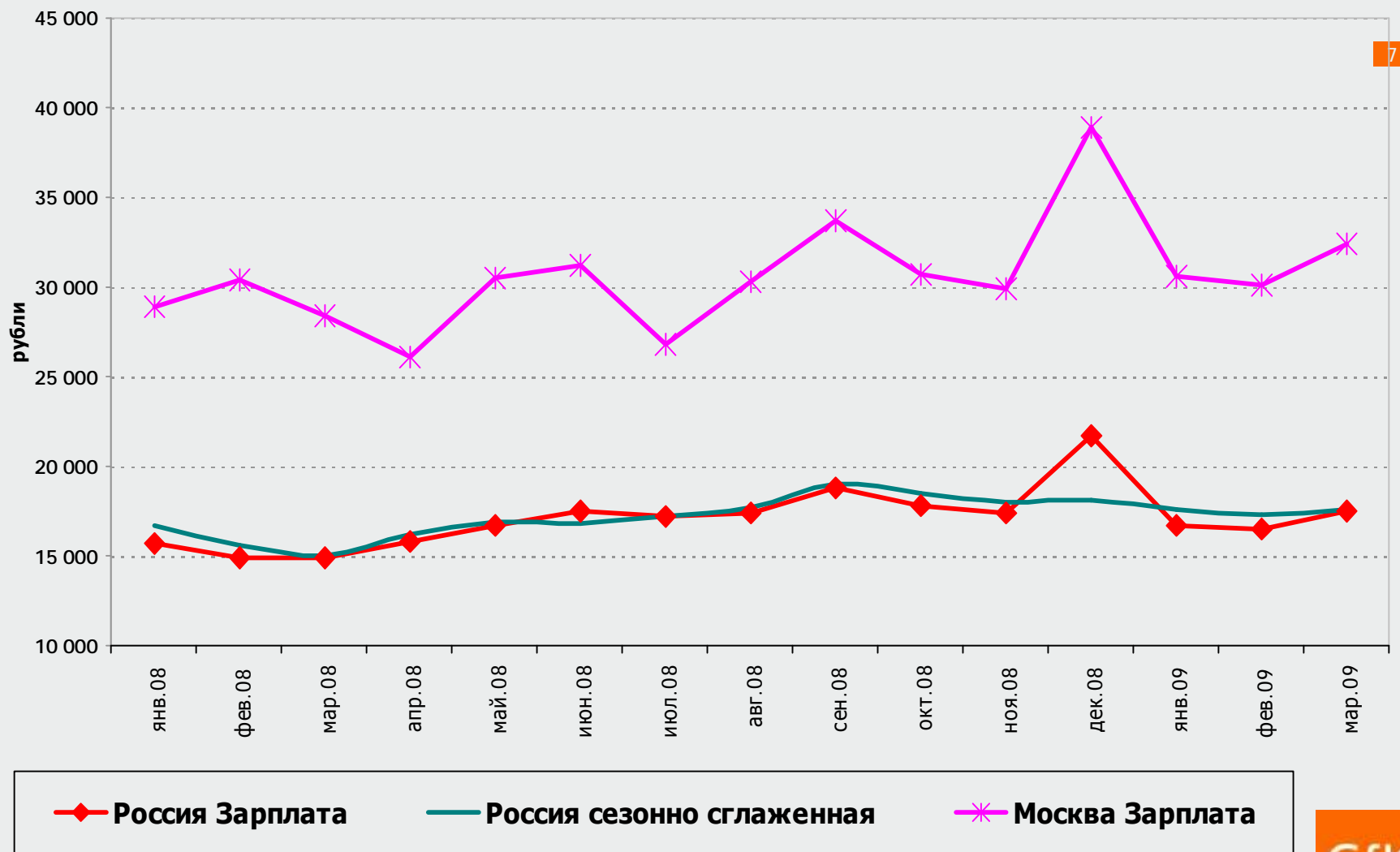
6



GfK

Зарплата – Россия – Москва

Январь 2008 – март 2009

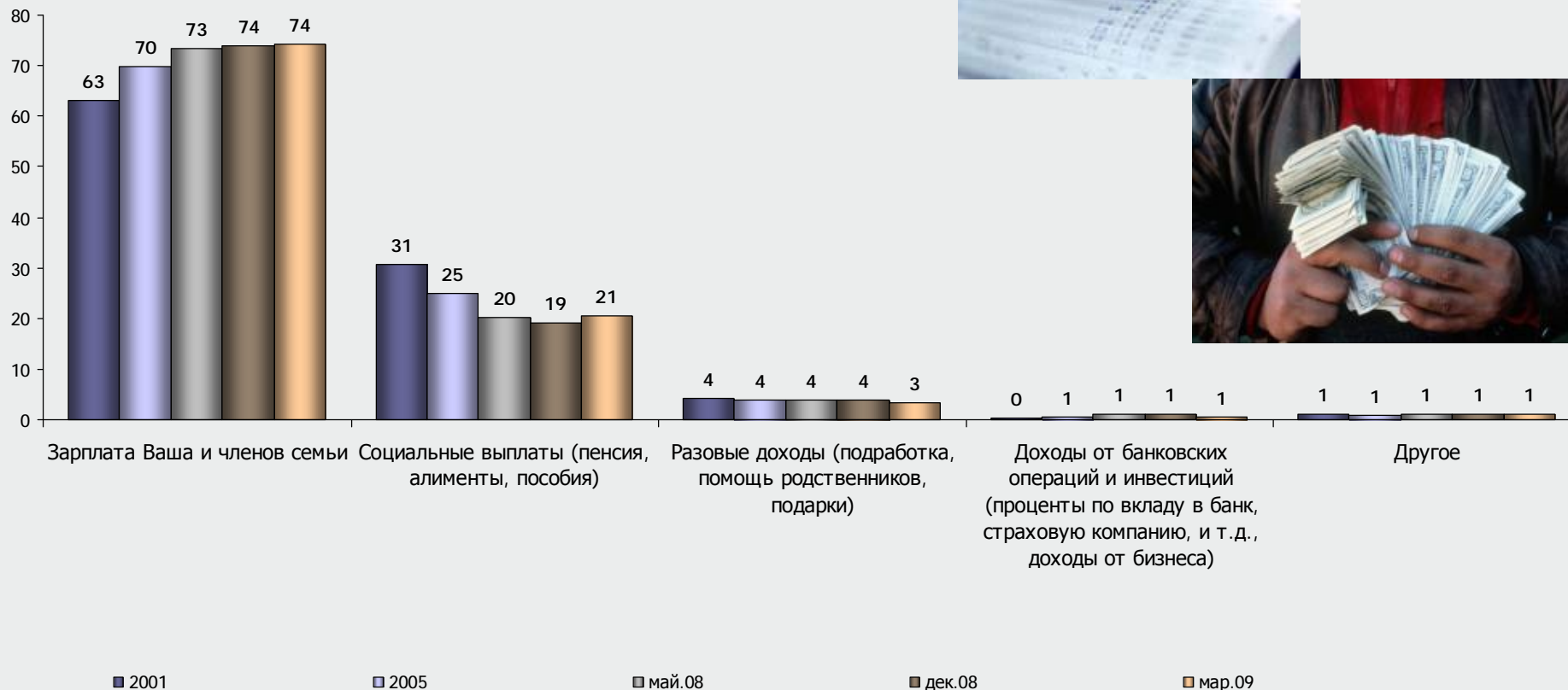


Доходы, расходы, занятость

Структура совокупного дохода, %



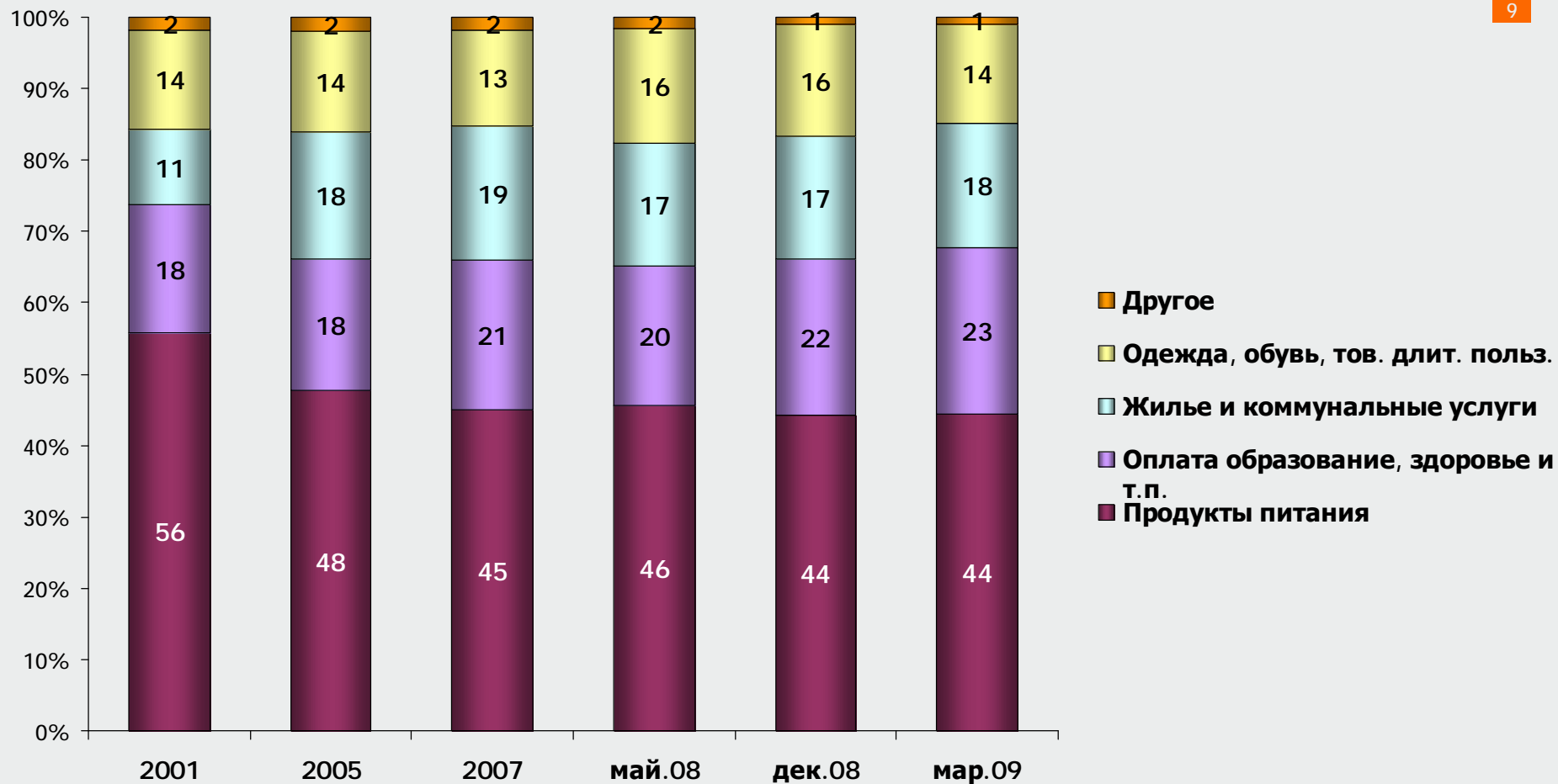
8



Доходы, расходы, занятость

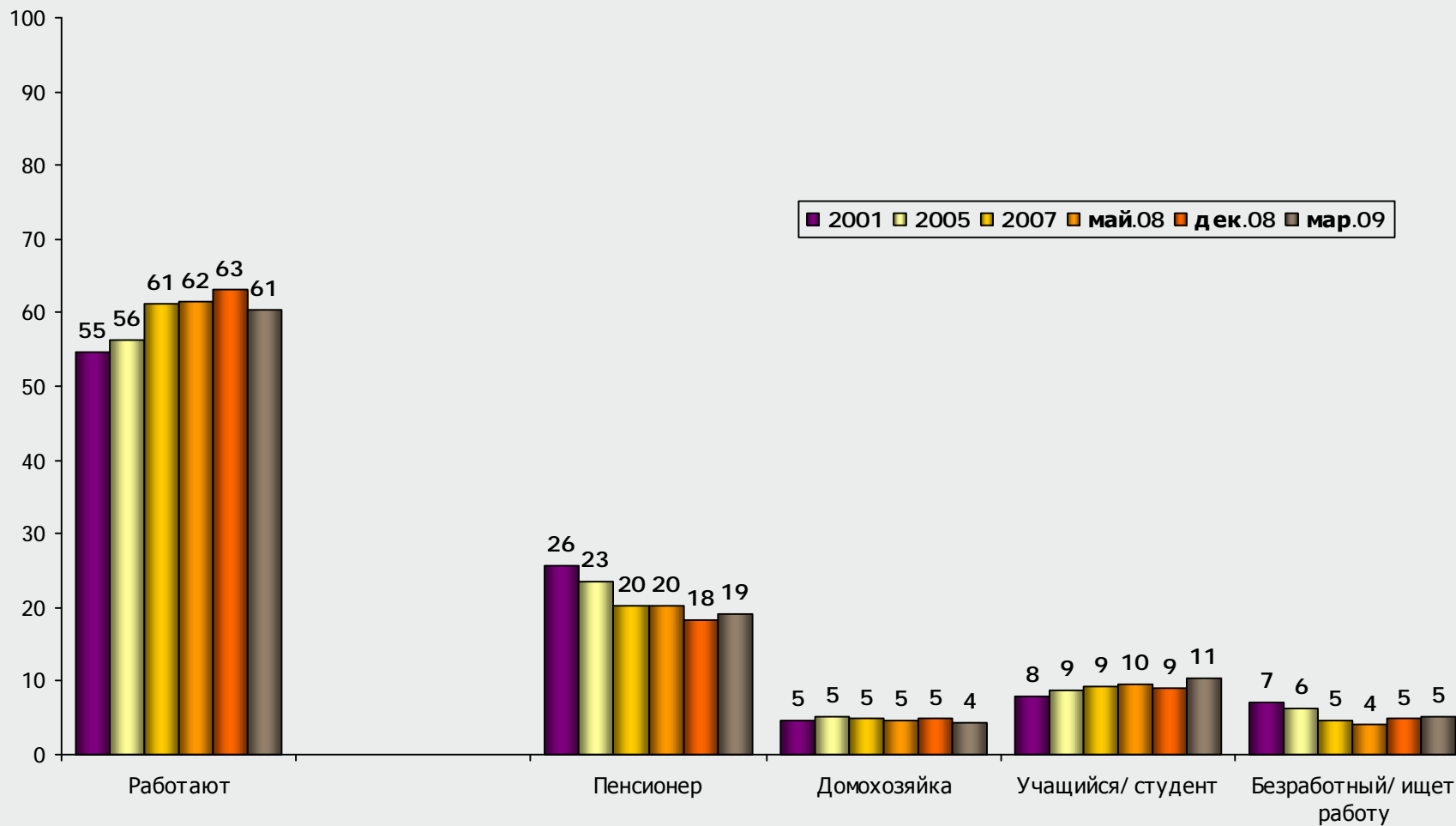
Структура основных расходов

9



Доходы, расходы, занятость

Занятость, % от всего населения



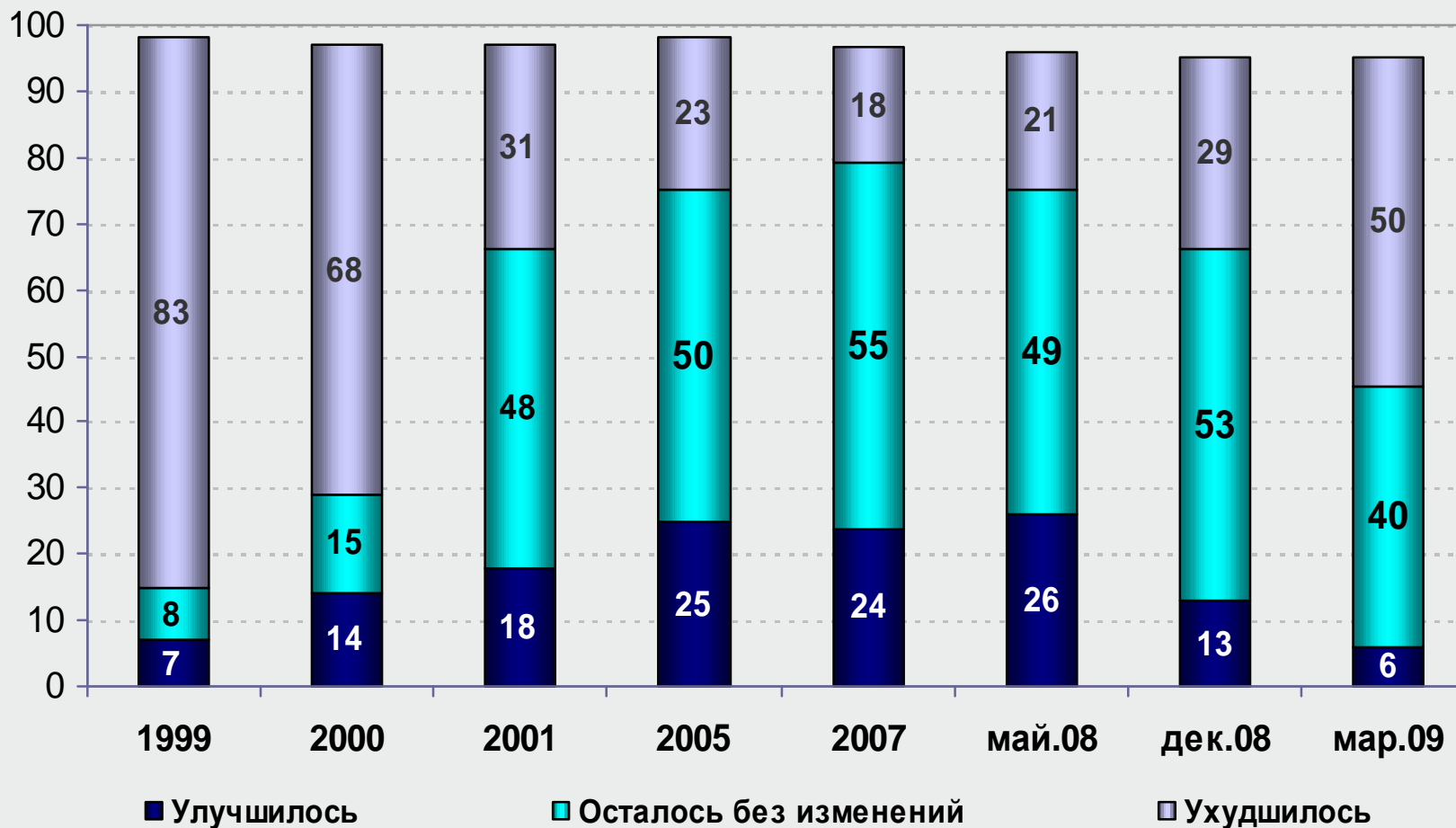
10

Потребительские настроения

Материальное положение на настоящий момент, %

Мое материальное положение и положение моей семьи за последние 12 месяцев

11

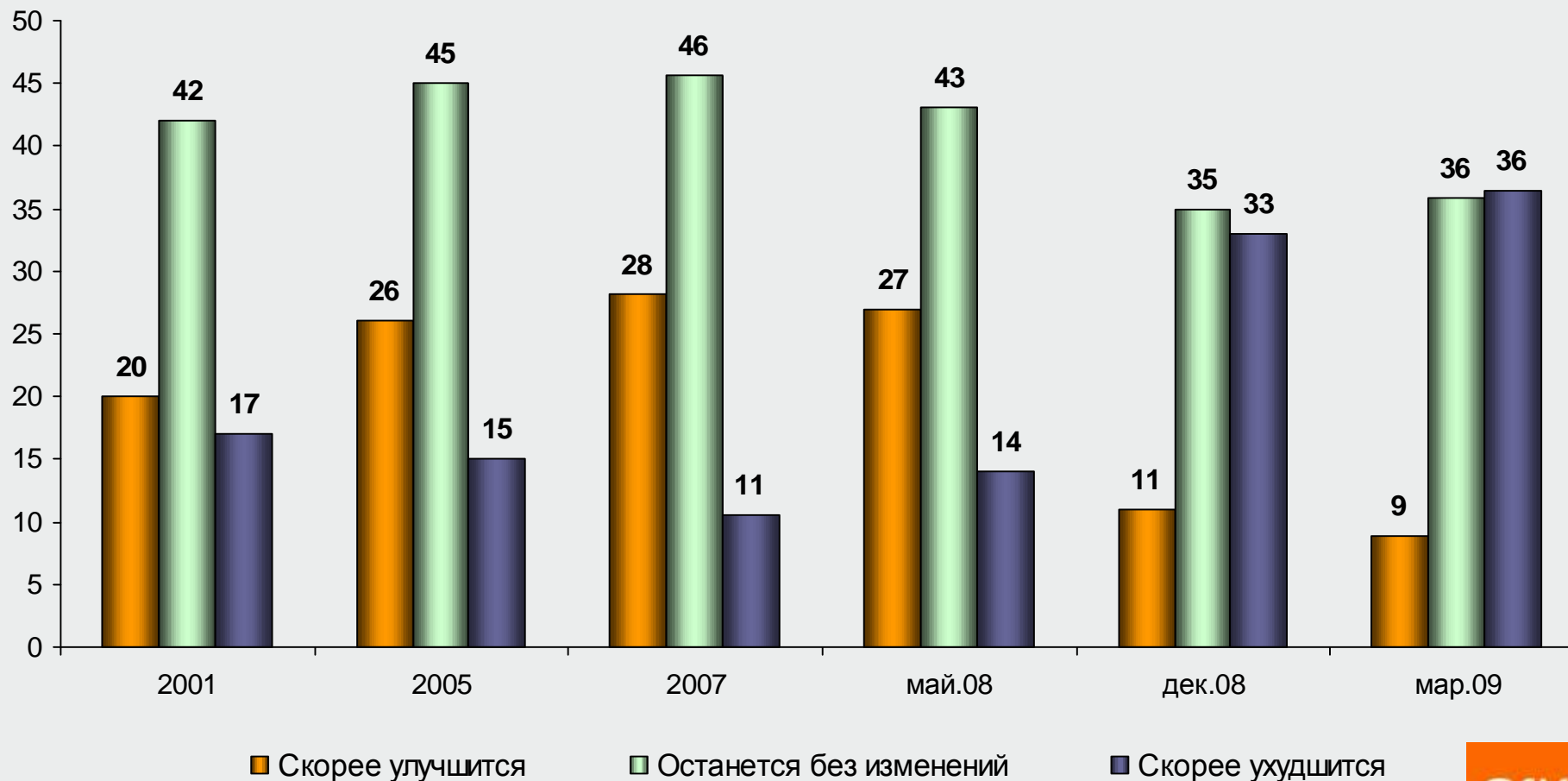


Потребительские настроения

Материальное положение, ожидания от будущего, %

Как, по вашему, изменится материальное положение Вашей семьи в ближайшие 12 месяцев?

12



■ Скорее улучшится

■ Останется без изменений

■ Скорее ухудшится



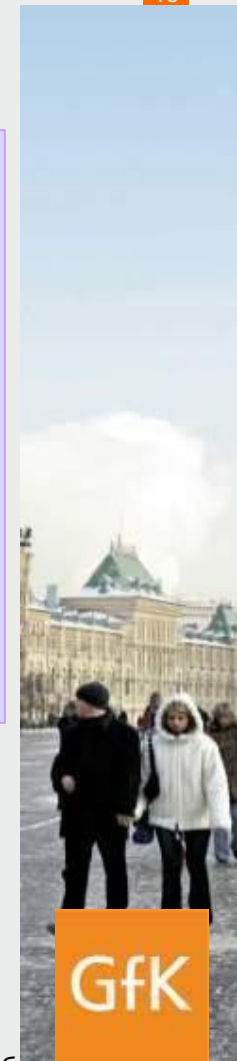
Источник: ГфК Русь Омнибус

Потребительские настроения

Индексы потребительских настроений

	2001	2005	2007	Май 08	Дек 08	Мар 09
Россия	92	109	116	116	85	68
Городское население	93	110	117	115	81	68
Сельское население	90	107	112	116	96	67
Москва	99	118	130	113	101	79

13



Потребительское поведение

Рост расходов на товары первой необходимости янв.-фев.2009 к янв.-фев. 2008, %

14

Growth	Jan-Feb09/Jan-Feb08
Food	+14,7%
Personal Care	+4.4%
Home Care	+15.3%

Потребительское поведение

Изменения продаж электробытовой техники 1 кв. 2009 к 1-му кв.2008 г., %

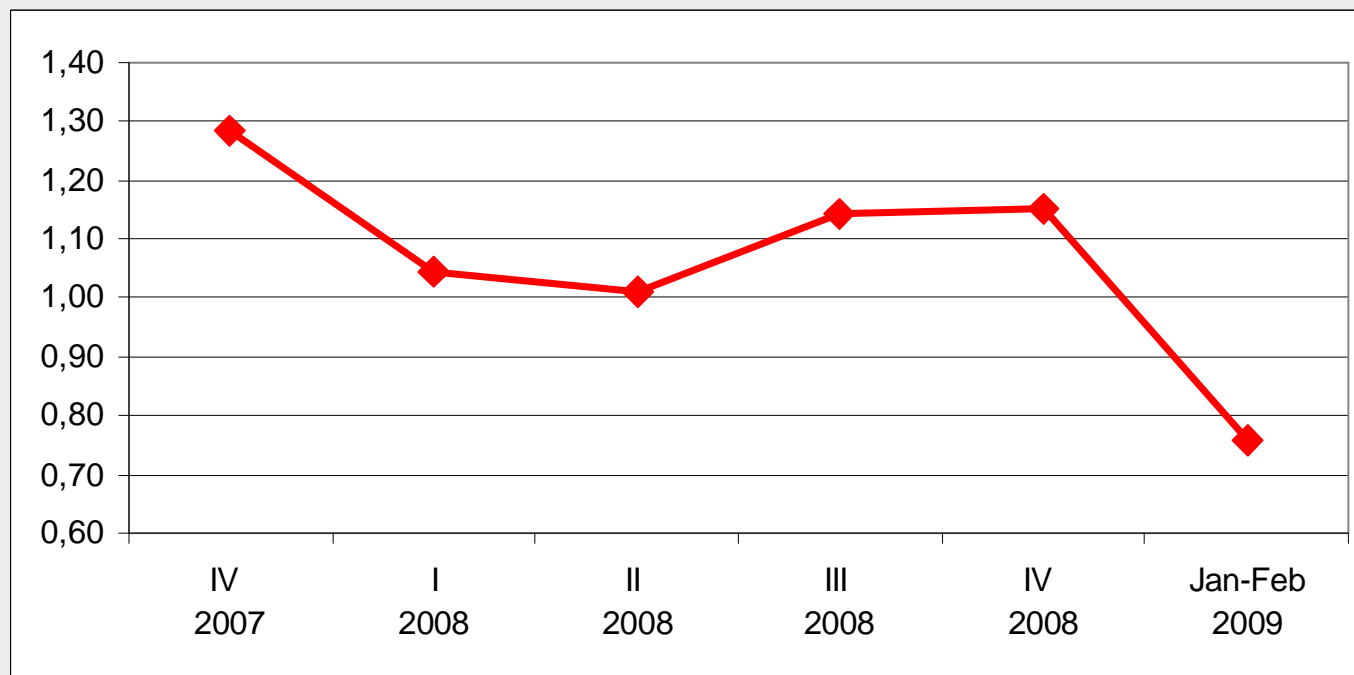
15

	Jan/Feb 2009 vs. Jan/Feb 2008
	+/- %
Consumer Electronics	-1,6%
Photo	-24,0%
Major Domestic Appliances	-20,0%
Small Domestic Appliances	-14,6%
Information Technology	-12,6%
Telecommunication	-32,8%
Office Equipment & Consumables	0,8%
GfK TEMAX® Russia	-9,8%

Потребительское поведение

Индекс изменения продаж электробытовой техники

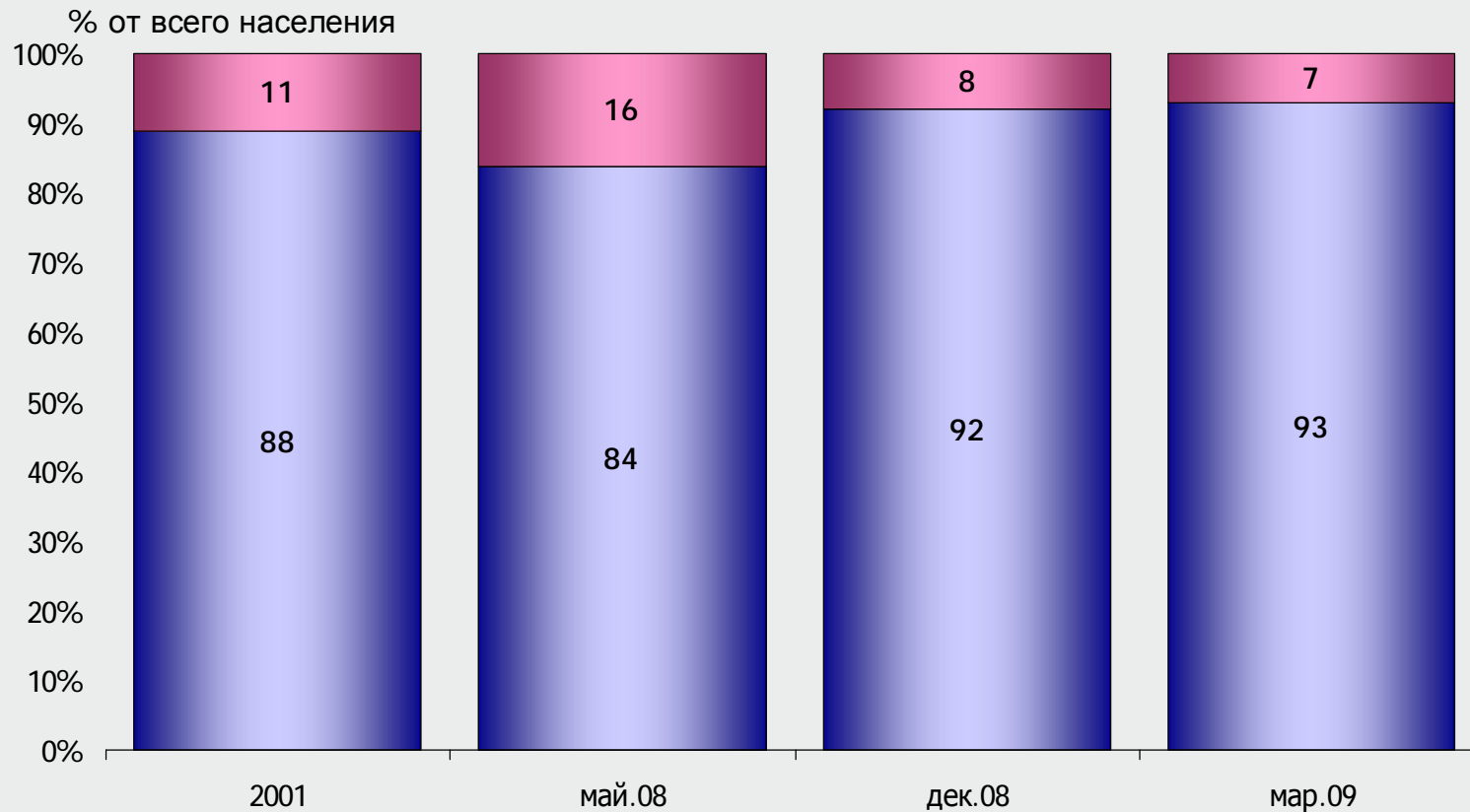
16



1,00 - среднемесячные продажи 2007 года

Потребительское поведение

Планирование покупки автомобиля в ближайшие 2 года,



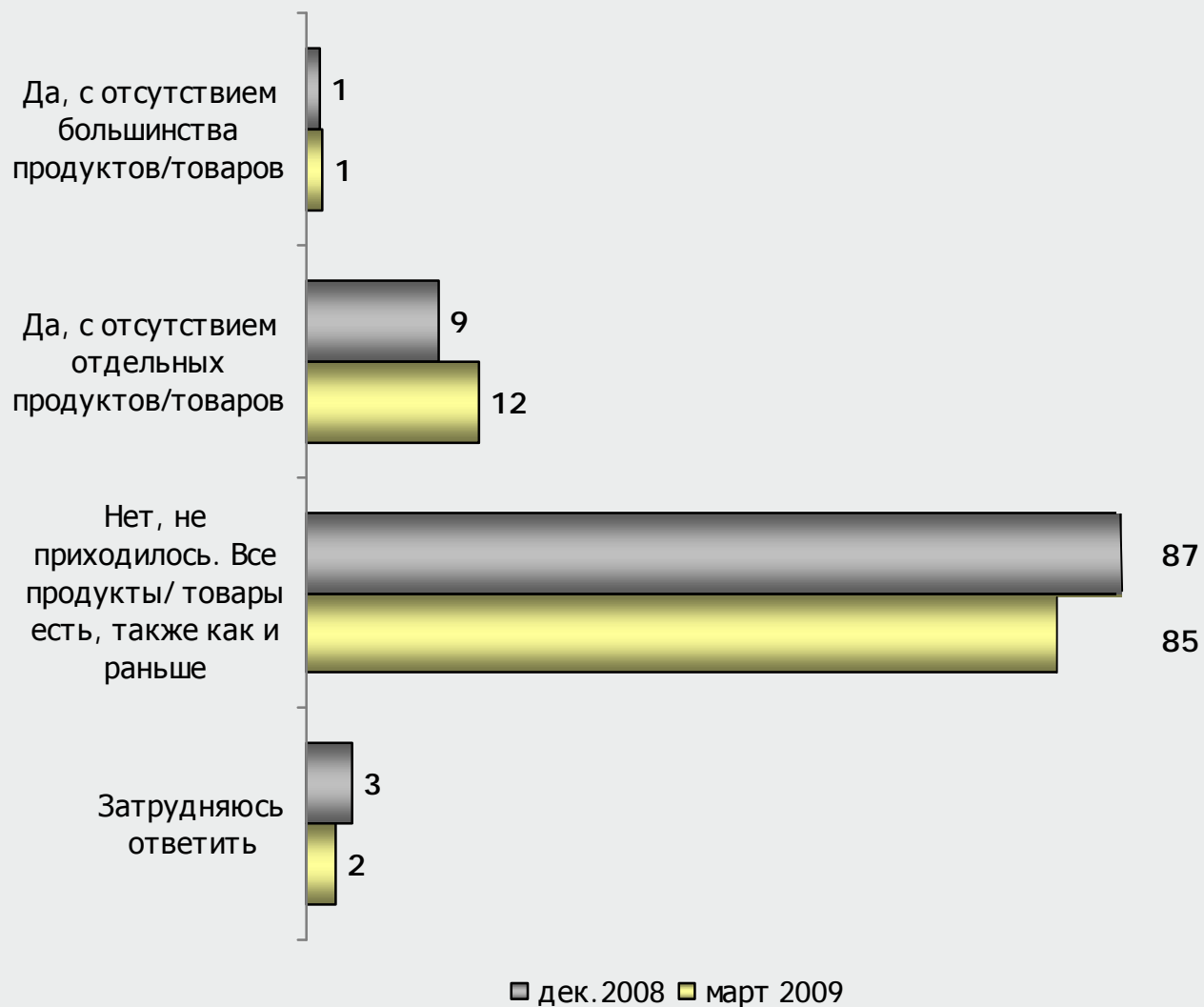
17



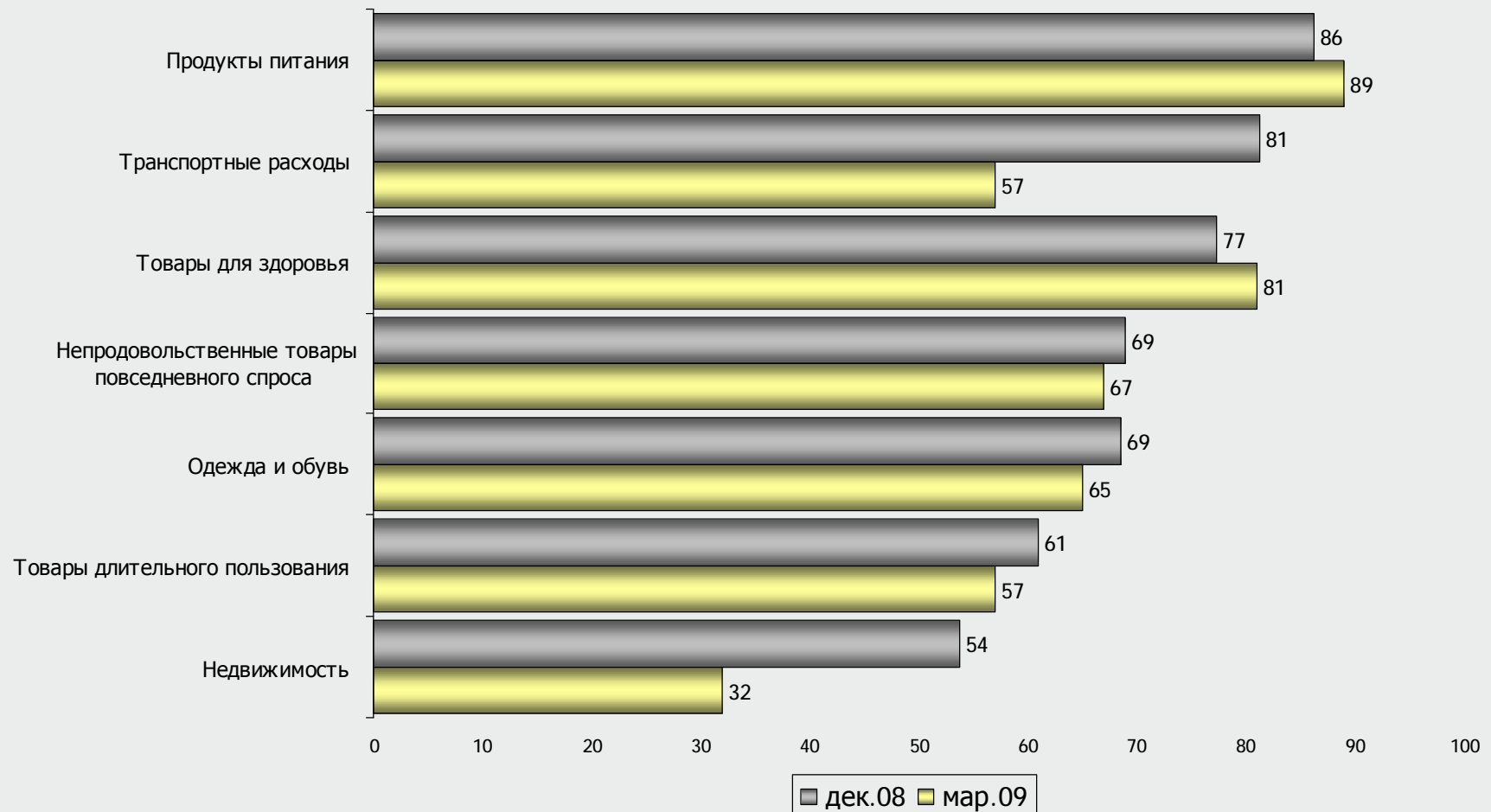
■ Нет ■ Да

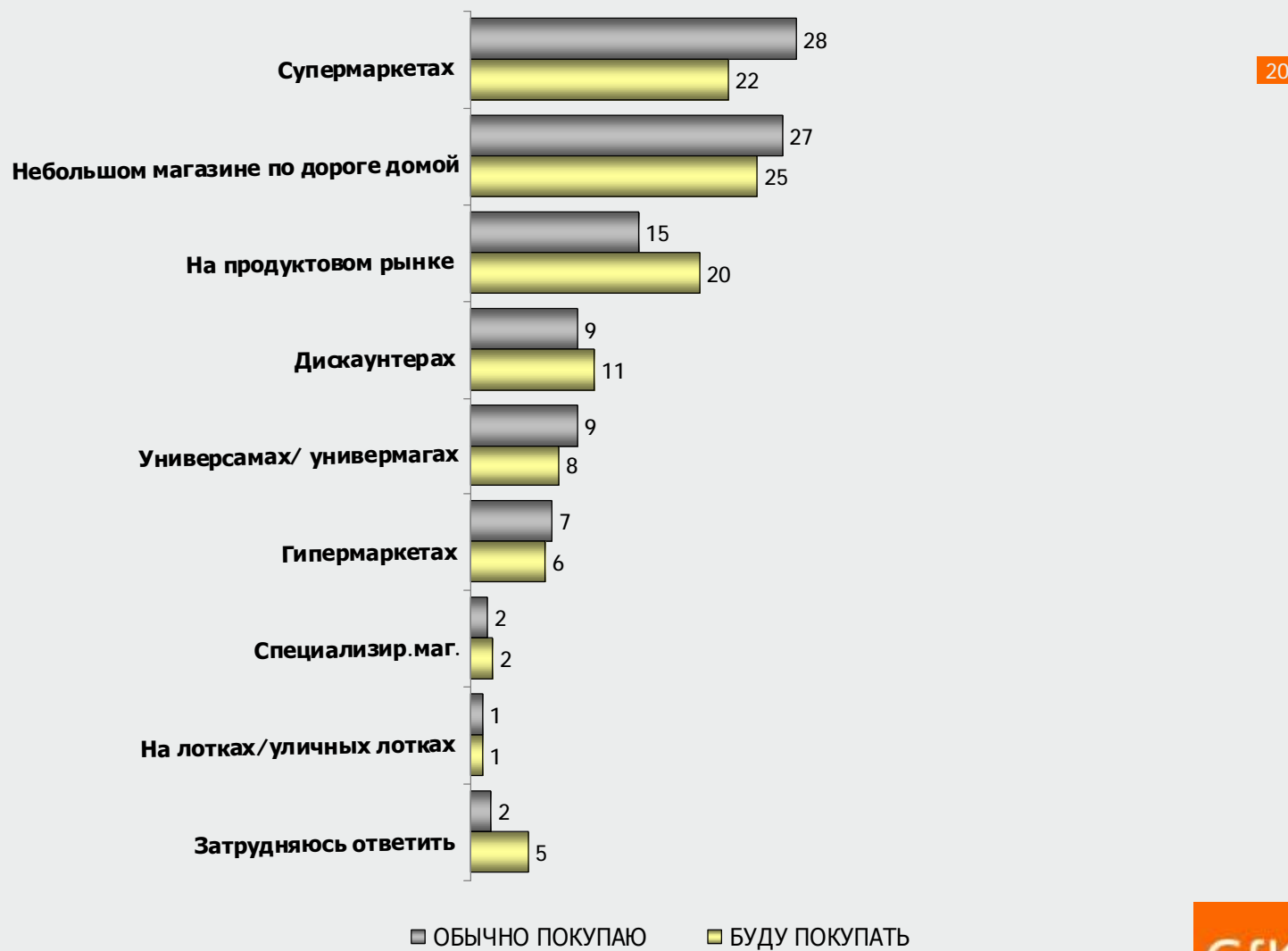


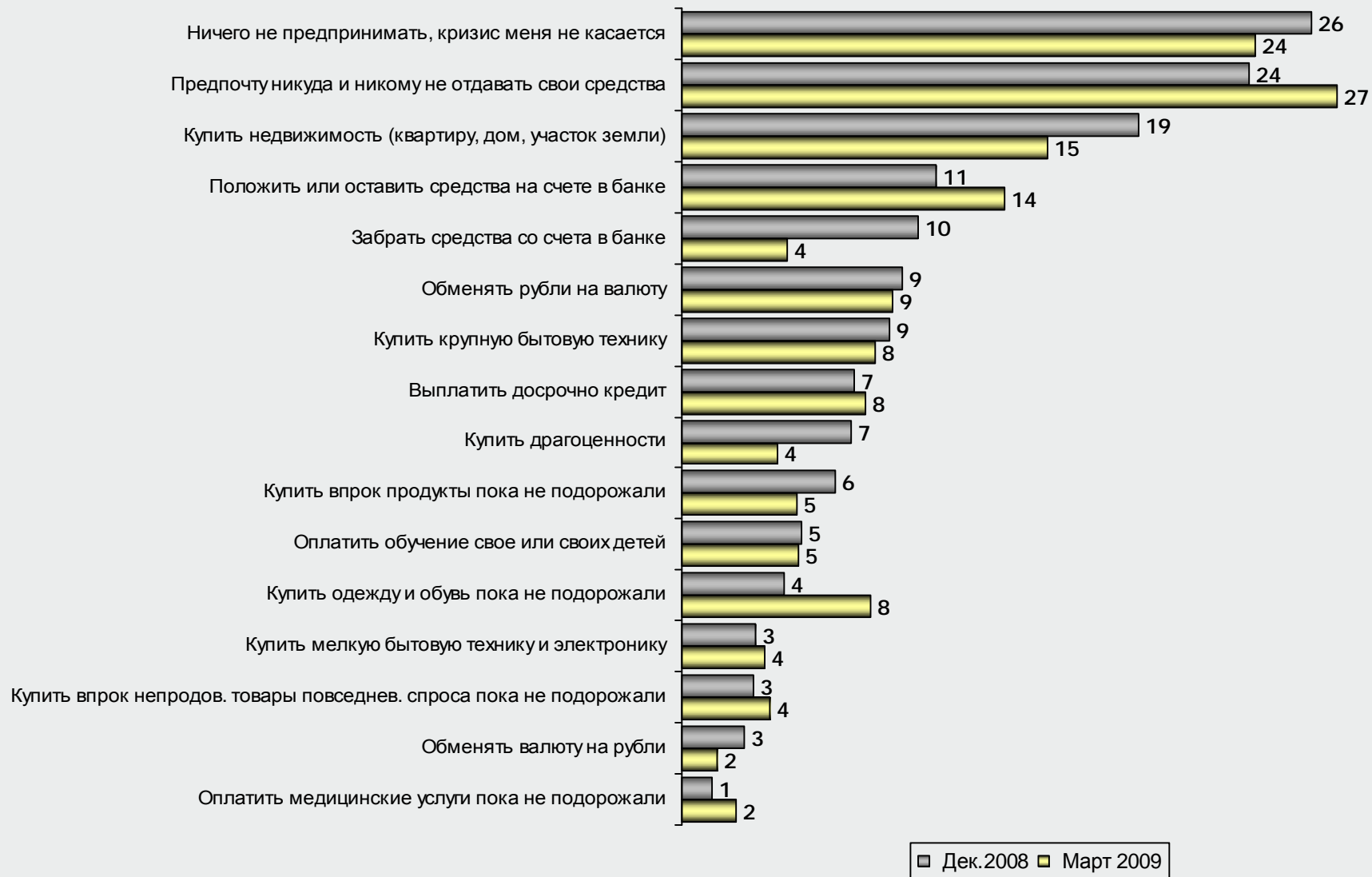
ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 2 МЕСЯЦА СТАЛКИВАТЬСЯ С ОТСУТСТВИЕМ ТЕХ ИЛИ ИНЫХ ПРОДУКТОВ/ ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА, КОТОРЫЕ ВЫ ОБЫЧНО ПОКУПАЕТЕ?



18

КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ЦЕНЫ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВИДЫ
ТОВАРОВ И УСЛУГ ПОВЫСЯТСЯ?

В КАКИХ МАГАЗИНАХ ВЫ ОБЫЧНО ПОКУПАЕТЕ ПРОДУКТЫ
ПИТАНИЯ И ТОВАРЫ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА?/ БУДЕТЕ ПОКУПАТЬ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА?

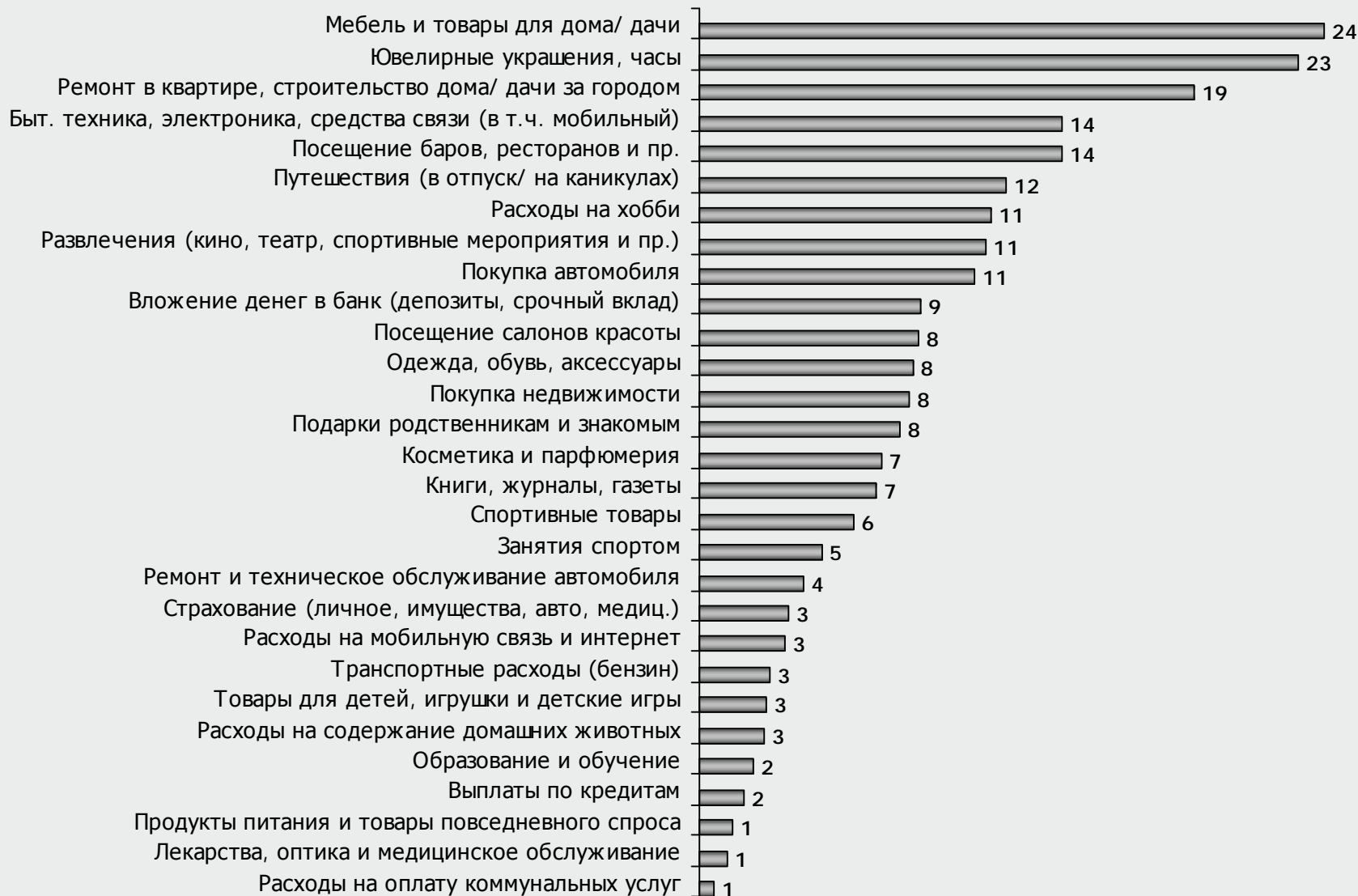
КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ ВЫ СЧИТАЕТЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫМИ
ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ВАШИХ ЛИЧНЫХ СРЕДСТВ?

21

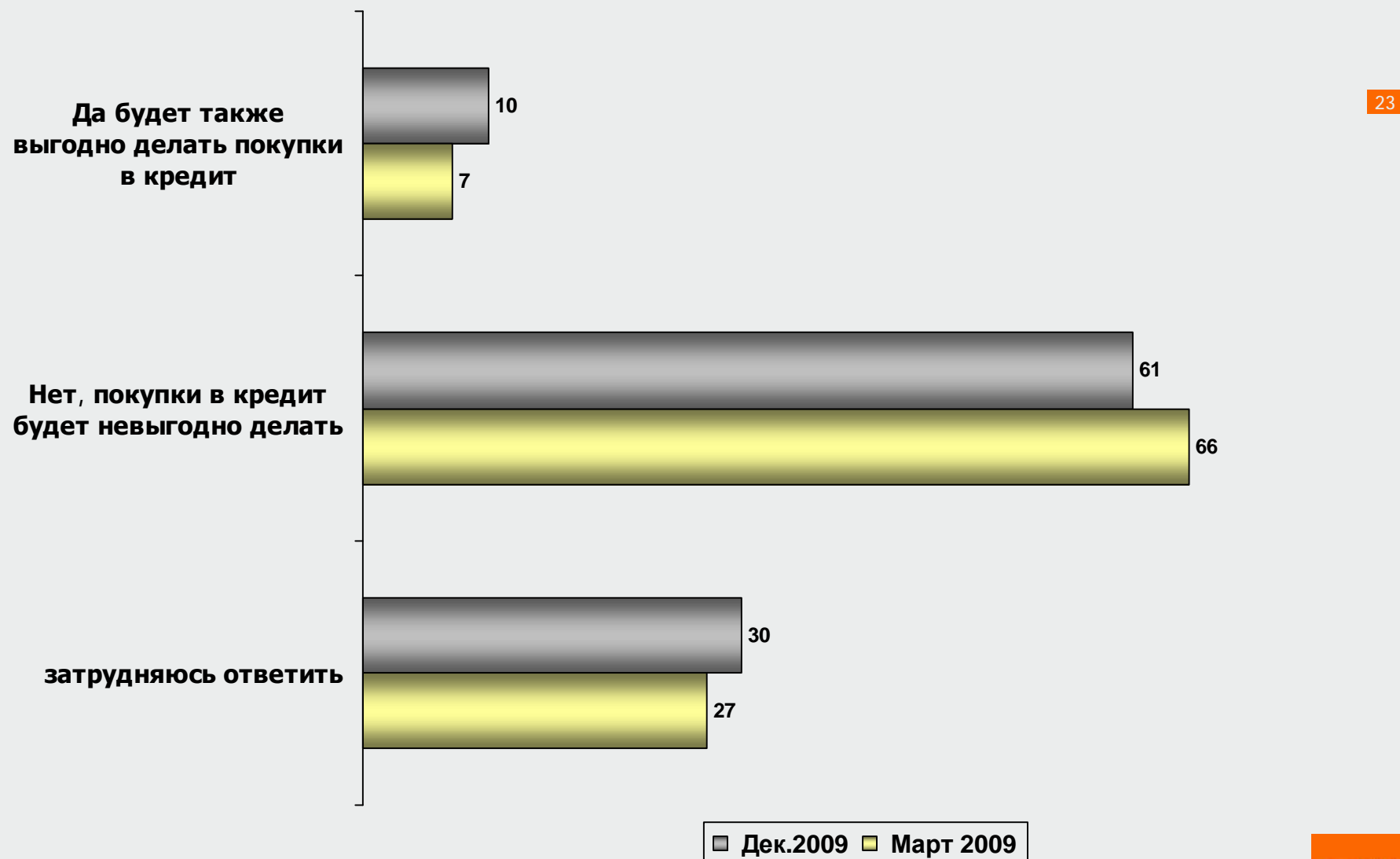
■ Дек. 2008 ■ Март 2009



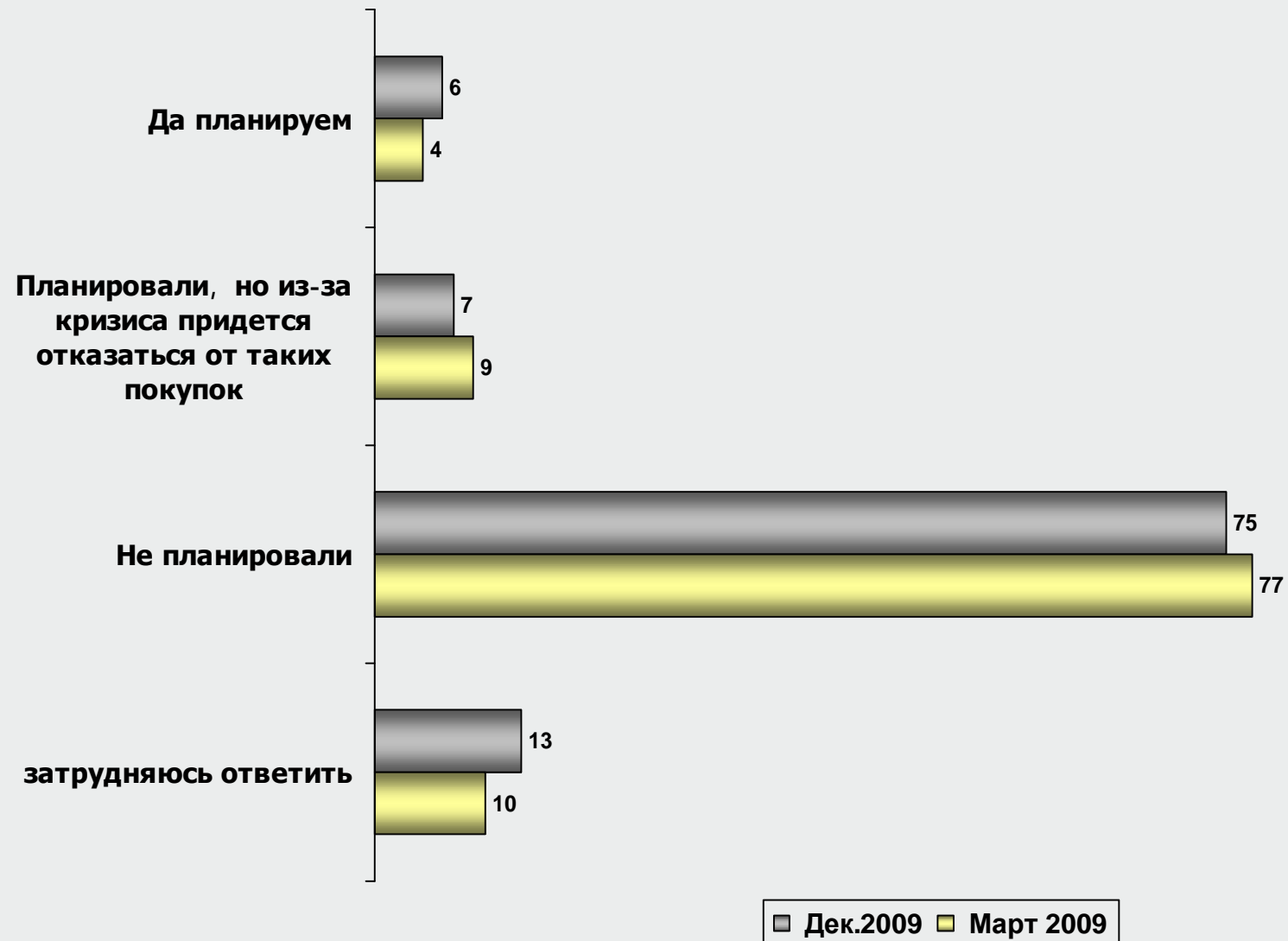
ОТ ПОКУПКИ КАКИХ ТОВАРОВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАКИХ УСЛУГ, КОТОРЫЕ ВЫ ПЛАНИРОВАЛИ, ВЫ ГОТОВЫ ОТКАЗАТЬСЯ ПРИ УХУДШЕНИИ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ВАШЕЙ СЕМЬИ?



КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, В СЛЕДУЮЩИЕ 12 МЕСЯЦЕВ ВЫГОДНО ЛИ БУДЕТ ДЕЛАТЬ ПОКУПКИ В КРЕДИТ?

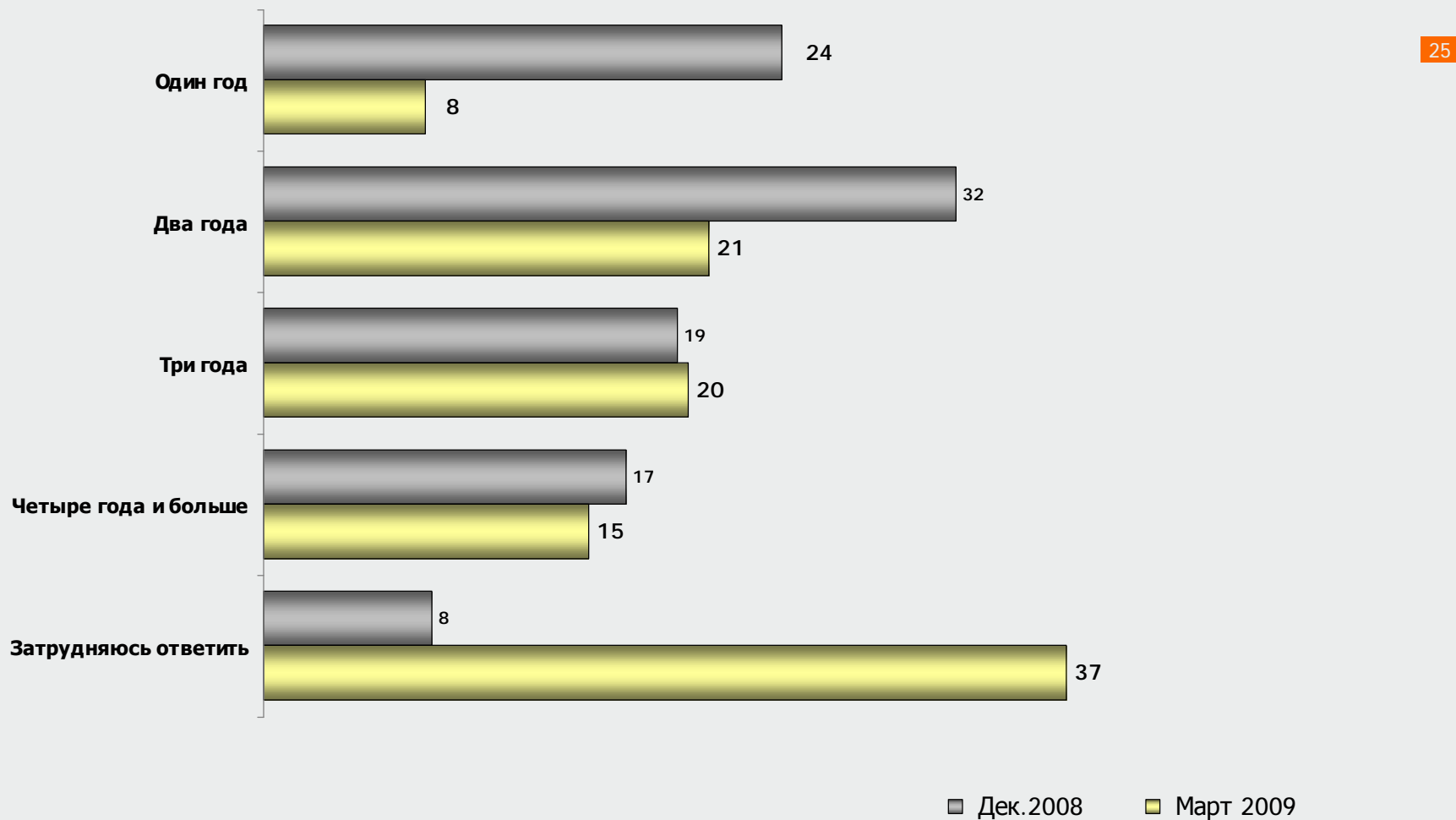


ПЛАНИРУЕТЕ ЛИ ВЫ /ВАША СЕМЬЯ ПРИОБРЕТЕНИЕ КАКИХ-ЛИБО ТОВАРОВ ИЛИ УСЛУГ
В КРЕДИТ В СЛЕДУЮЩИЕ 12 МЕСЯЦЕВ?



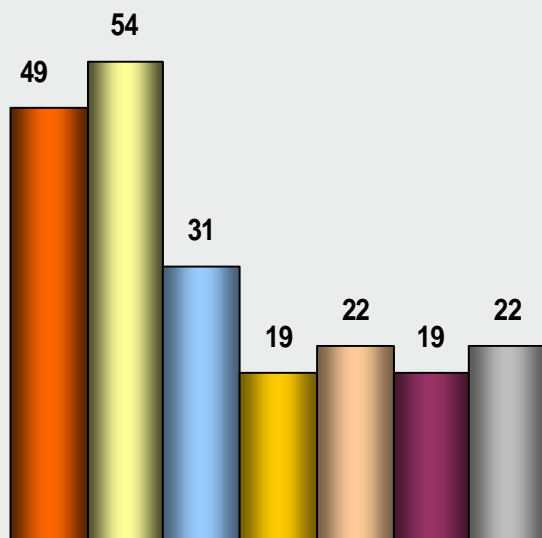
24

НА ВАШ ВЗГЛЯД, НАСКОЛЬКО ДОЛГИМИ ПО ВРЕМЕНИ БУДУТ ПОСЛЕДСТВИЯ
НЫНЕШНЕГО КРИЗИСА В НАШЕЙ СТРАНЕ?

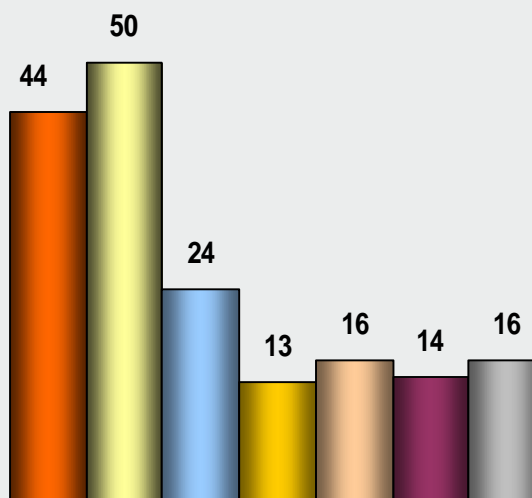


НАСКОЛЬКО ВЫ ОДОБРЯЕТЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ПРЕОДОЛЕНИЮ
КРИЗИСА В РОССИИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?

26



Декабрь 2008

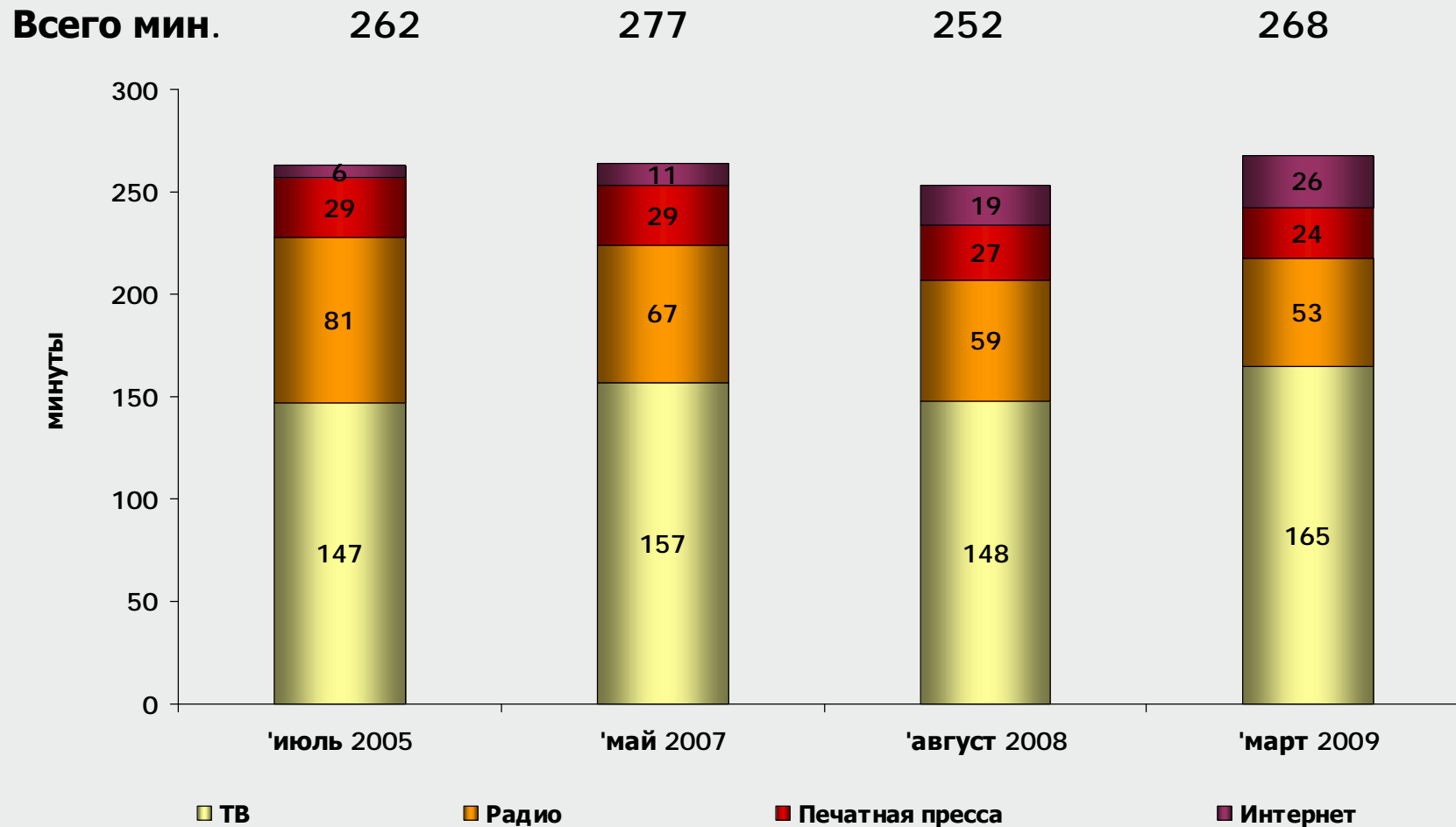


Март 2009

- Президента Д.Медведева
- Премьер министра В.Путина
- Правительства в целом
- Лидеров политических партий
- Государственной Думы
- Региональных властей
- Руководства компании, где Вы работаете

Суточный бюджет времени на различные типы СМИ в 2005-2009 годах (в абсолютной величине)

27



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ