

# **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

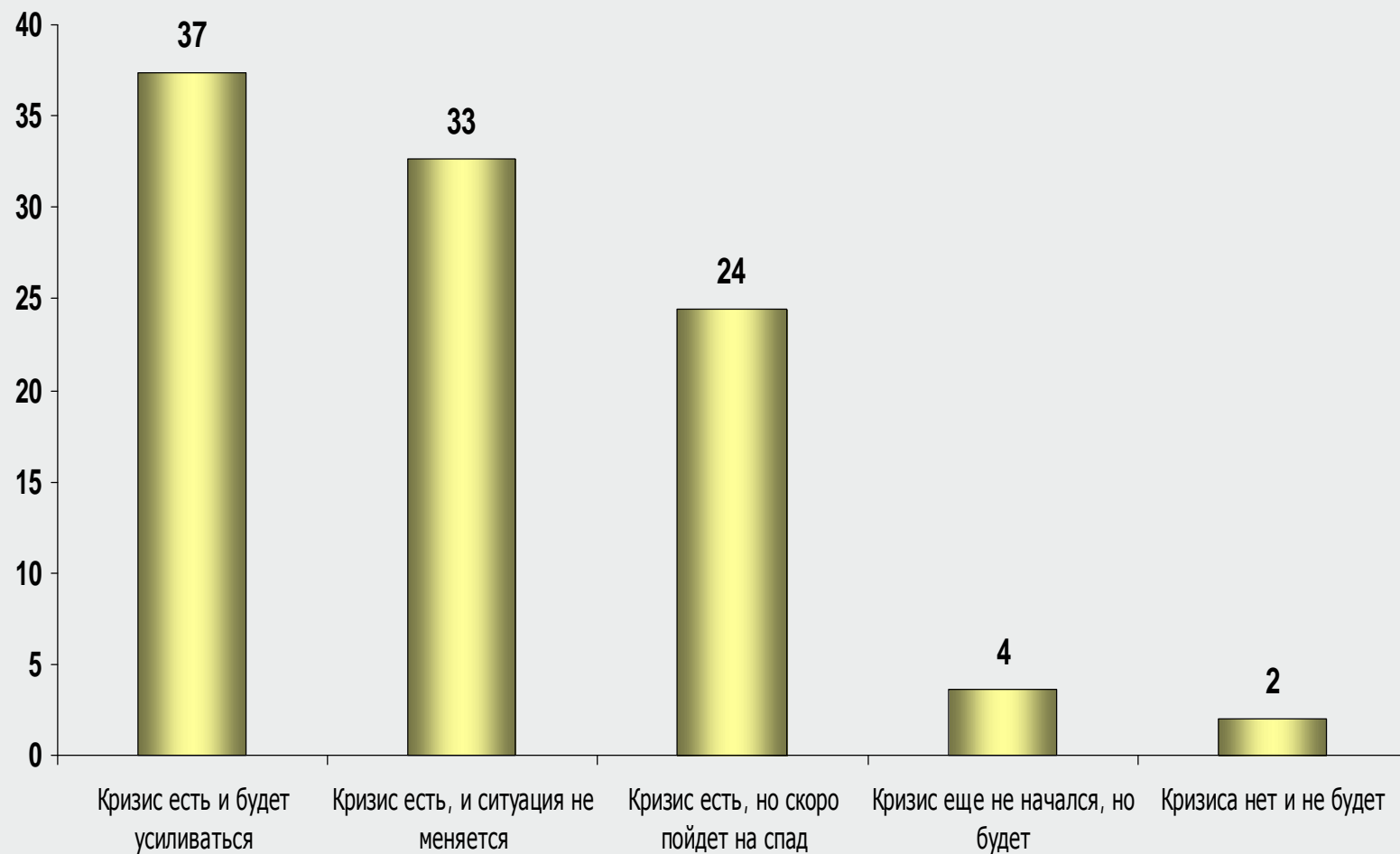
В 2008 году мы провели основную часть нашего исследования в мае.

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

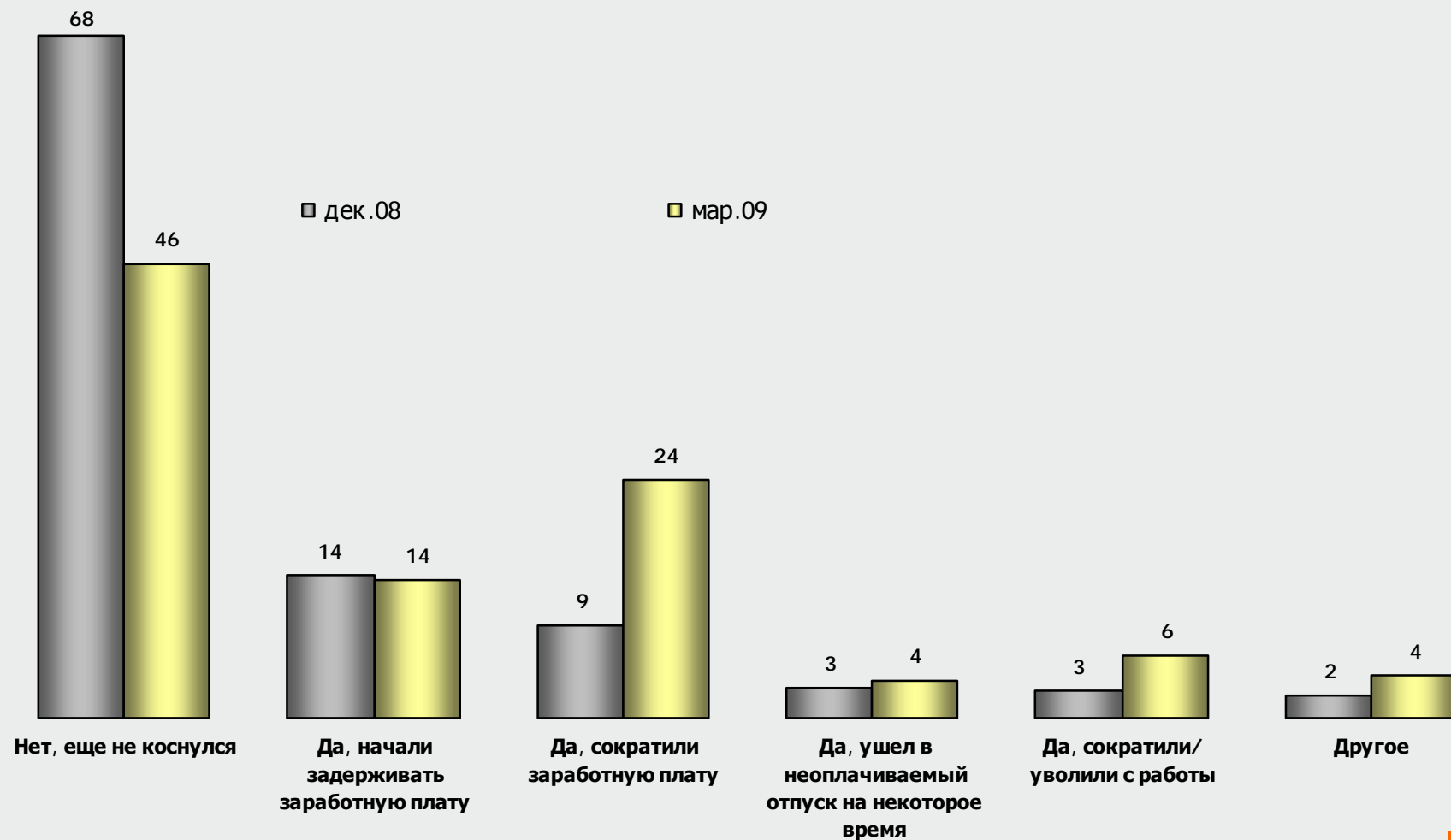
Что Вы думаете о кризисе в России?



4

## Отношение к кризису

Коснулся ли кризис лично Вас или членов Вашей семьи?

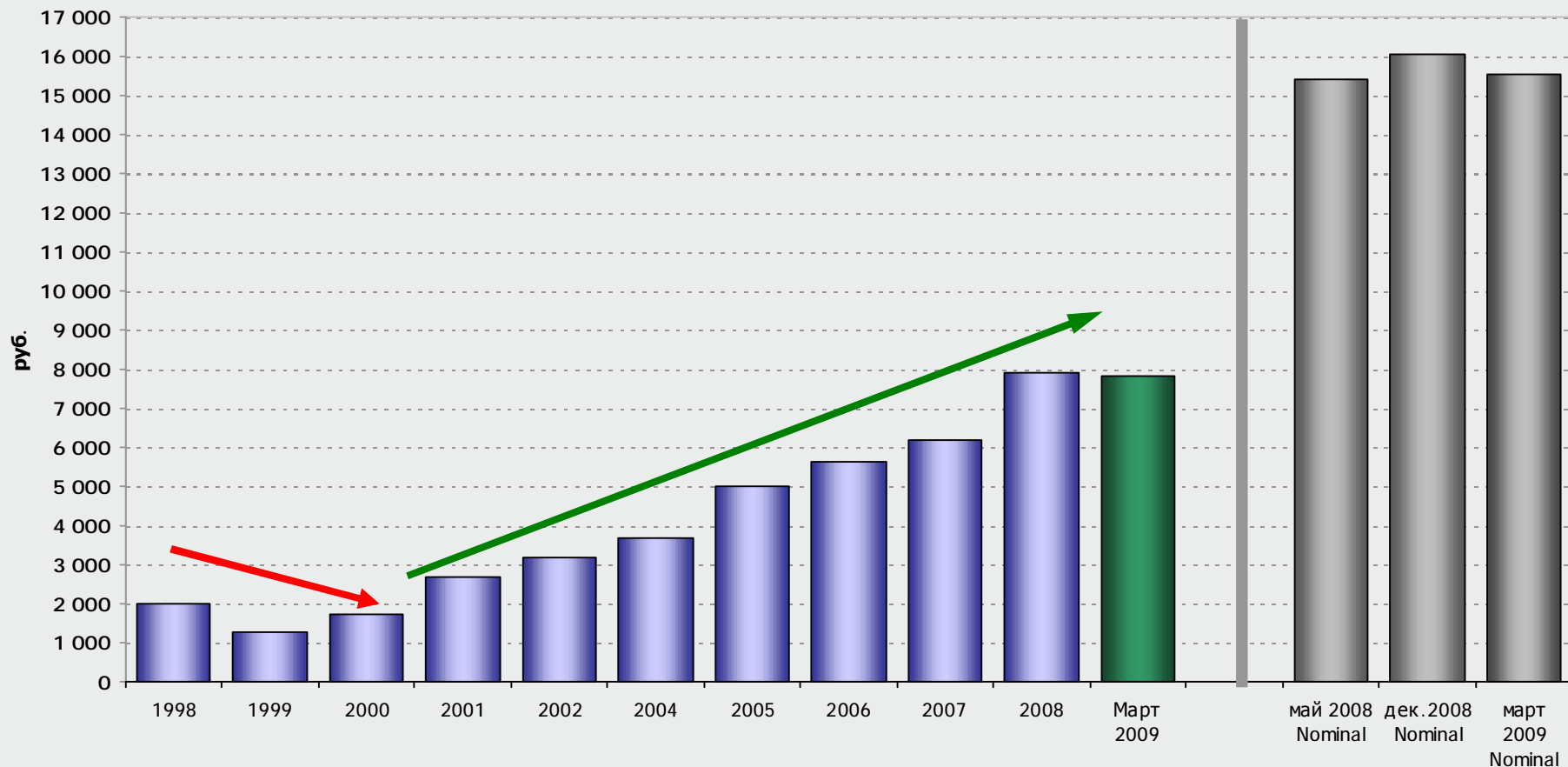


5

# Доходы, расходы, занятость

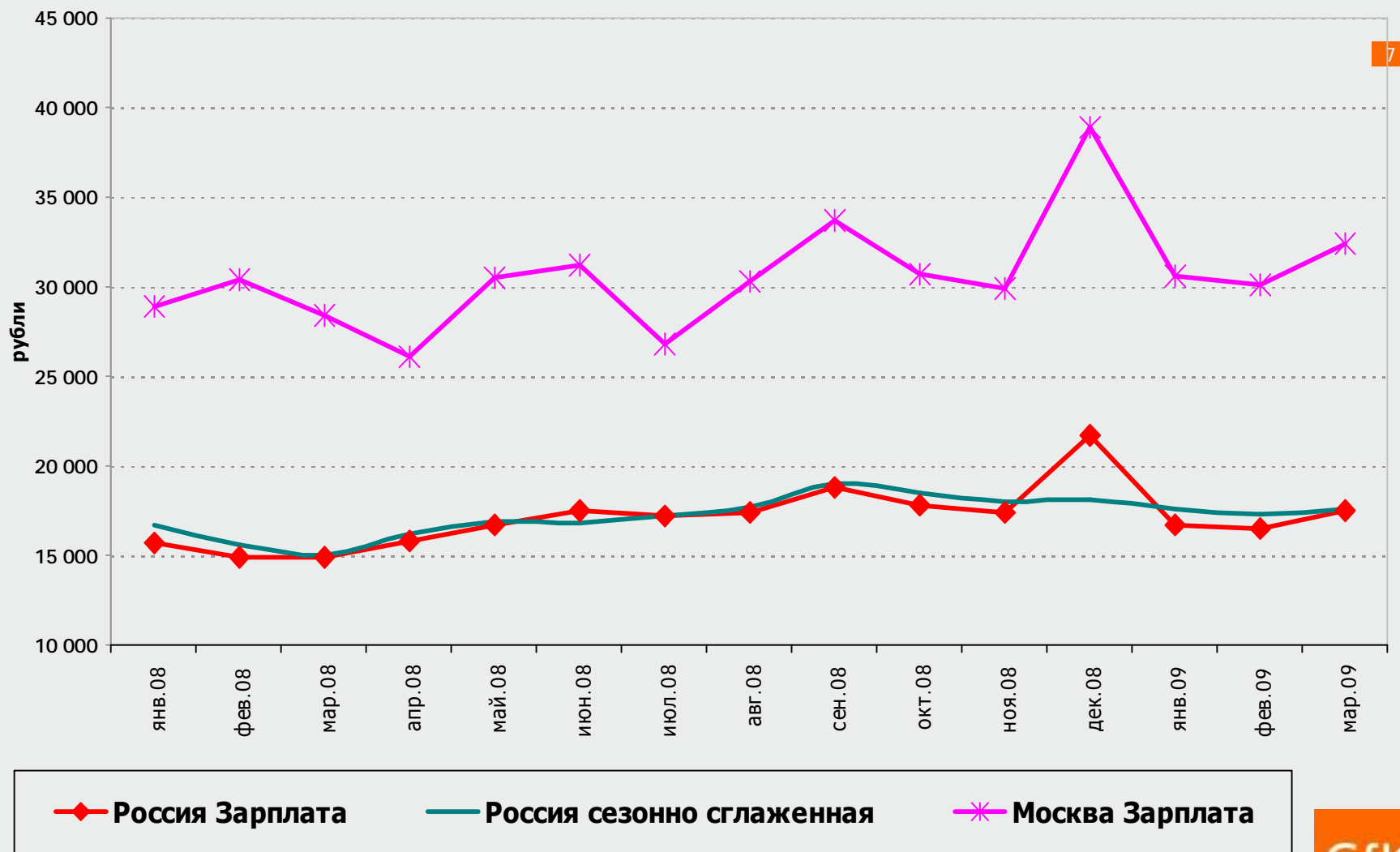
## Ежемесячный доход на душу населения 1998-2008 В сопоставимых ценах 2001-года

6



# Зарплата – Россия – Москва

## Январь 2008 – март 2009

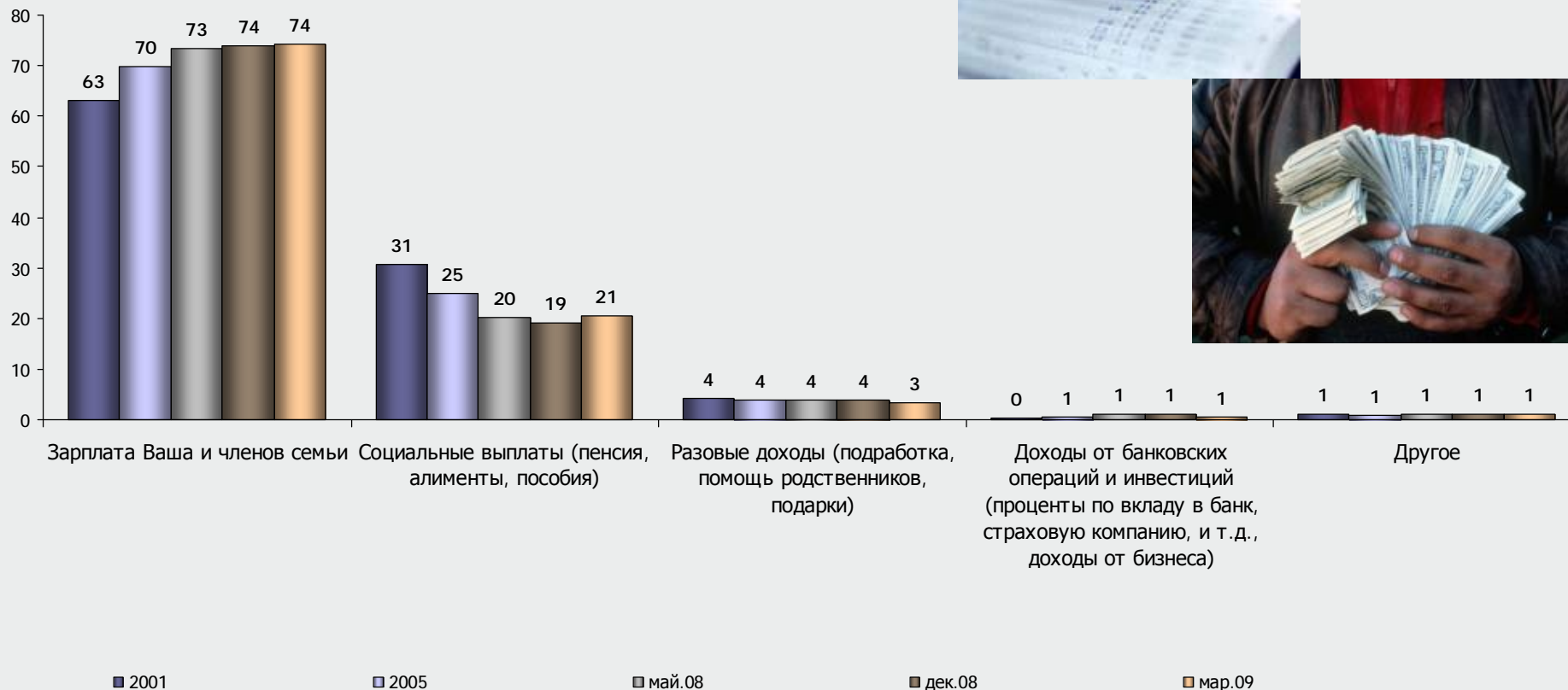


# Доходы, расходы, занятость

## Структура совокупного дохода, %



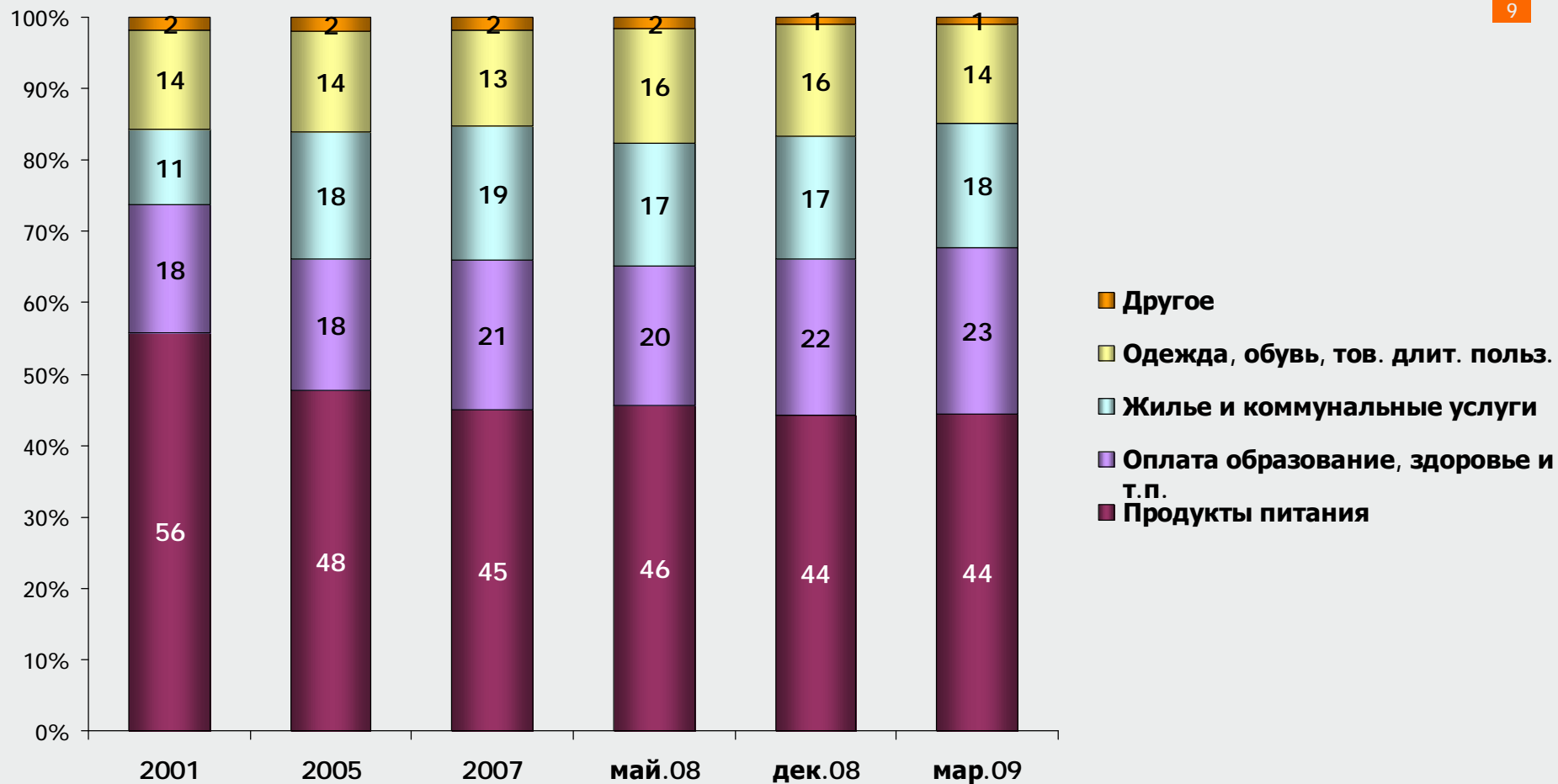
8



## Доходы, расходы, занятость

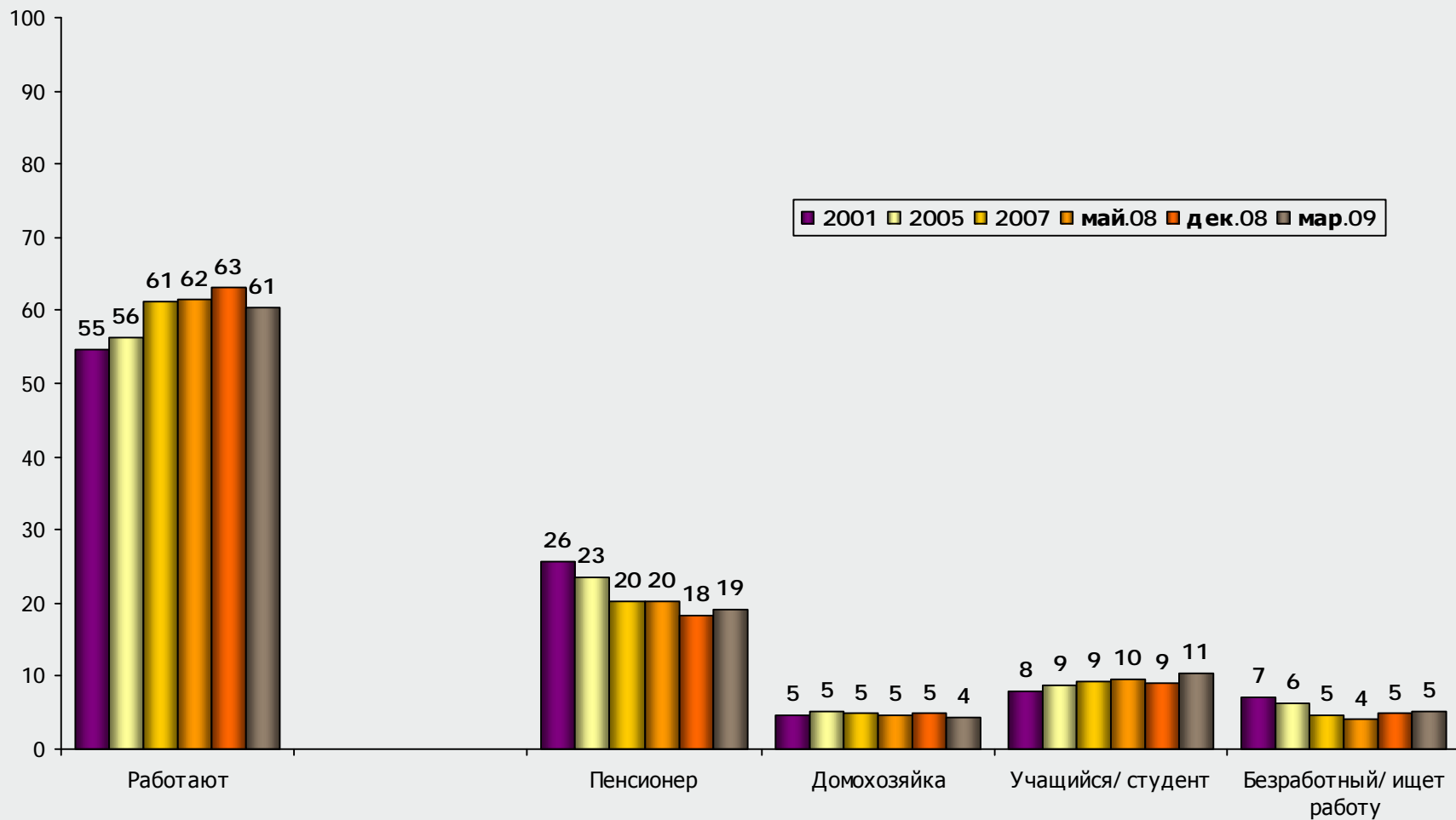
## Структура основных расходов

9



# Доходы, расходы, занятость

## Занятость, % от всего населения



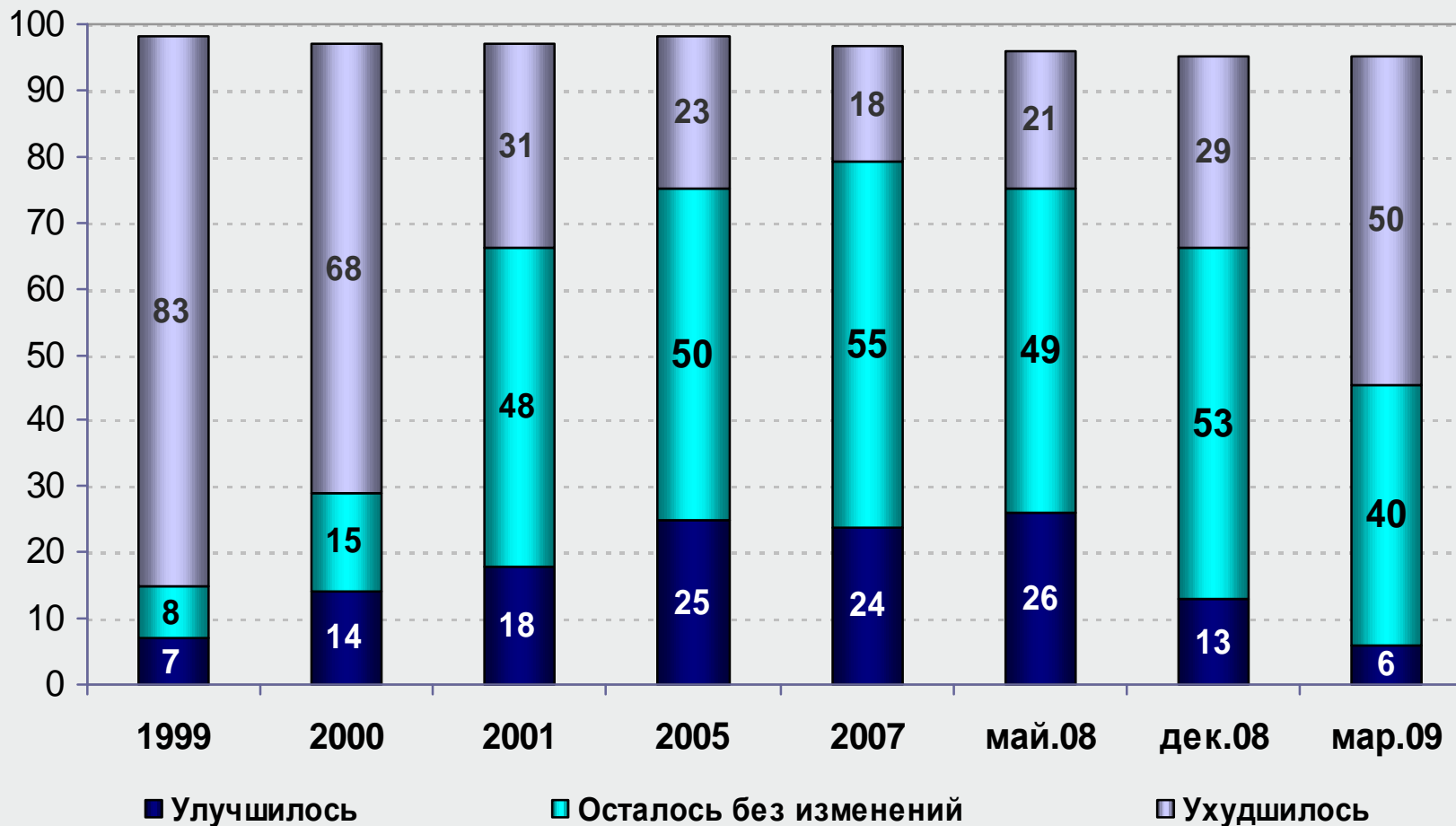
10

## Потребительские настроения

## Материальное положение на настоящий момент, %

Мое материальное положение и положение моей семьи за последние 12 месяцев

11

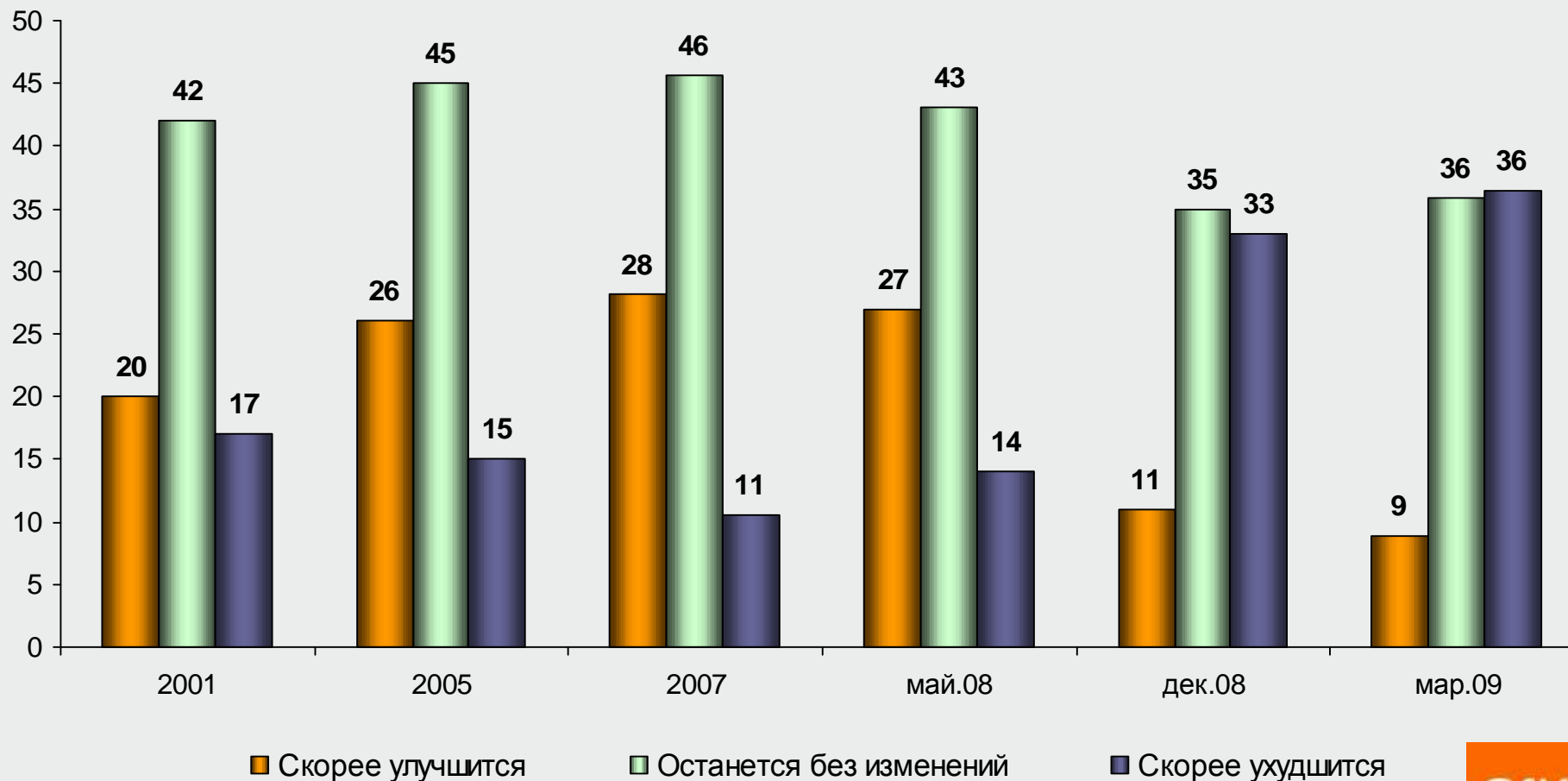


# Потребительские настроения

## Материальное положение, ожидания от будущего, %

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

12

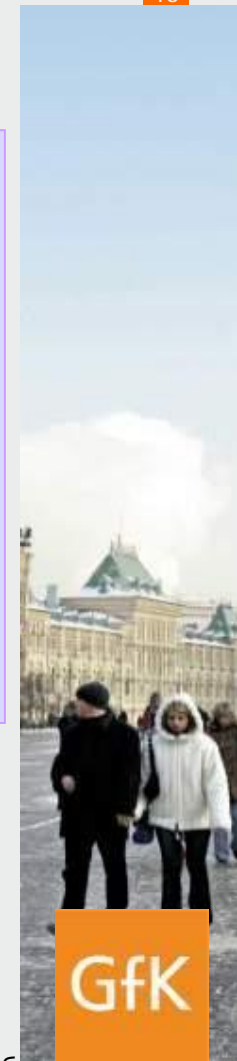


# Потребительские настроения

## Индексы потребительских настроений

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

13



## Потребительское поведение

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

14

<b>Growth</b>	<b>Jan-Feb09/Jan-Feb08</b>
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., %

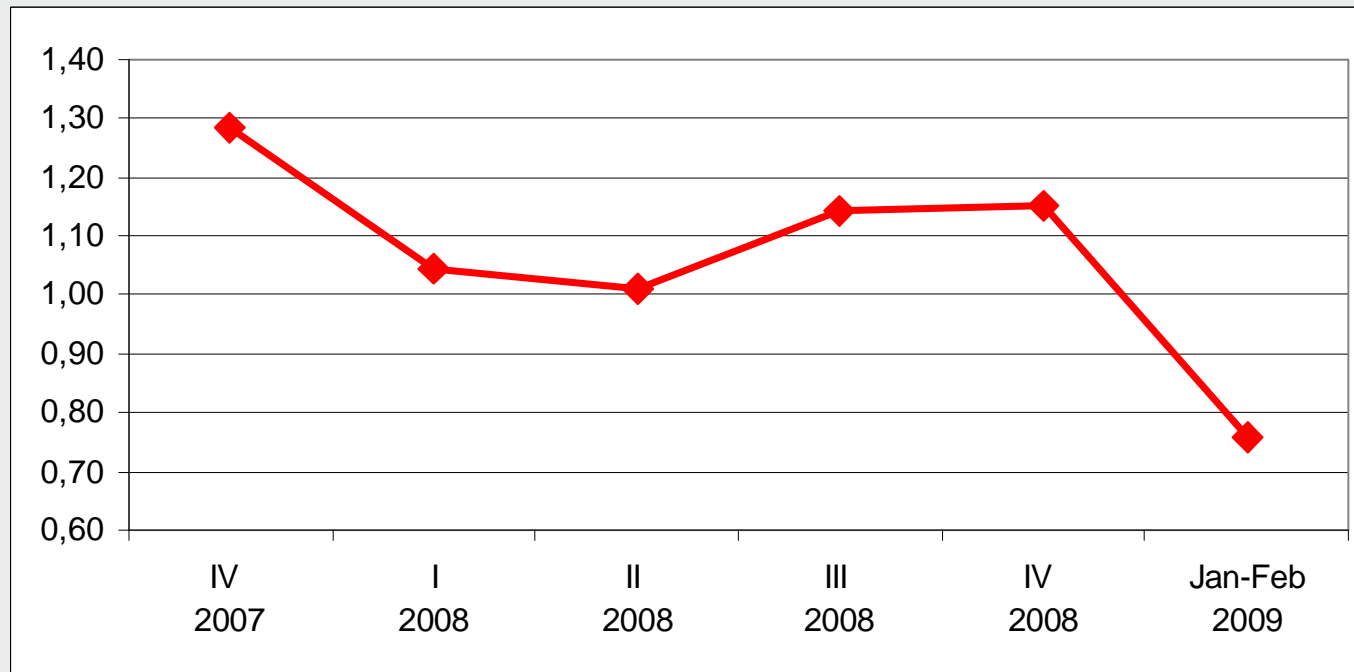
15

	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 TEMAХ® Russia	-9,8%

## Потребительское поведение

### Индекс изменения продаж электробытовой техники

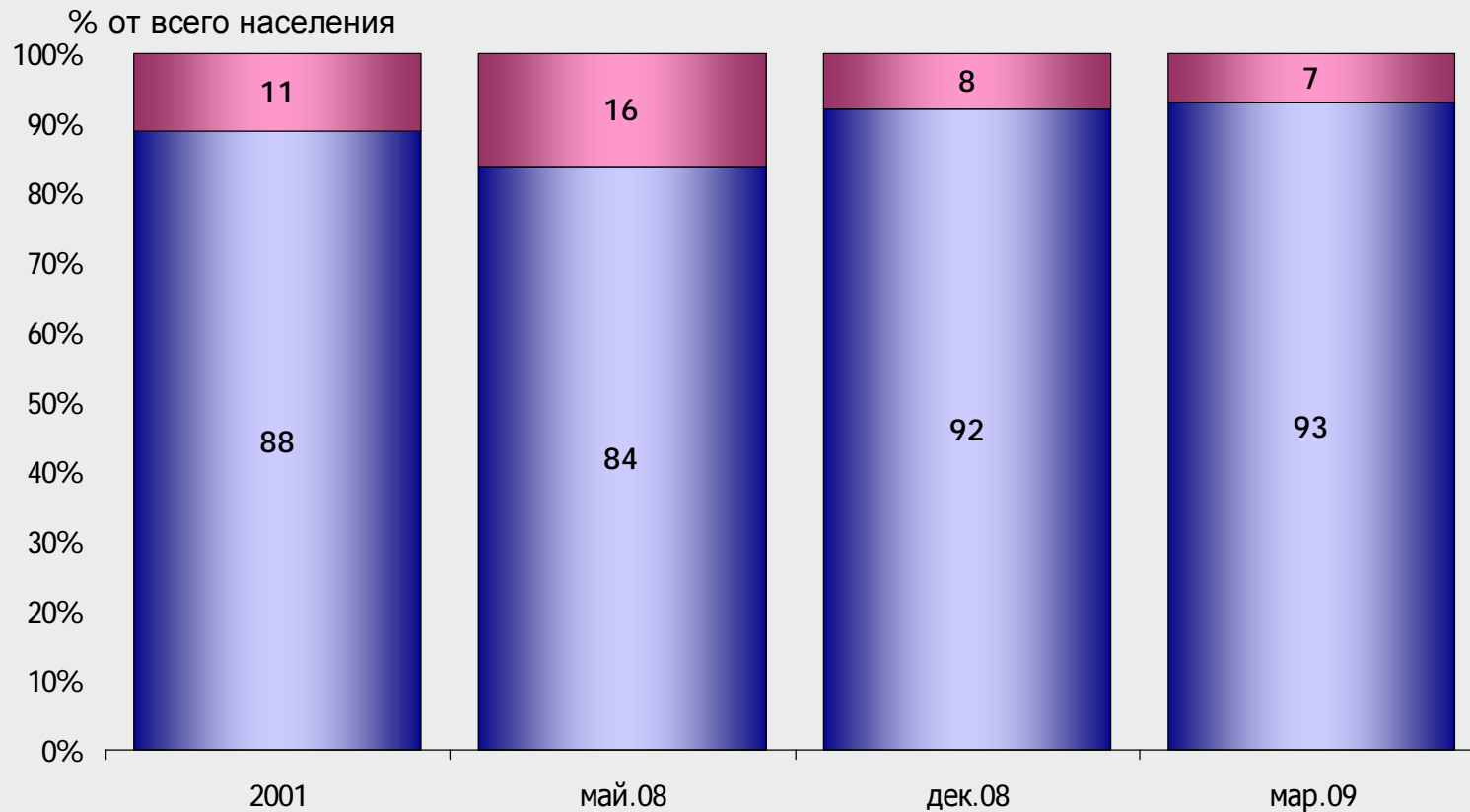
16



1,00 - среднемесячные продажи 2007 года

# Потребительское поведение

## Планирование покупки автомобиля в ближайшие 2 года,



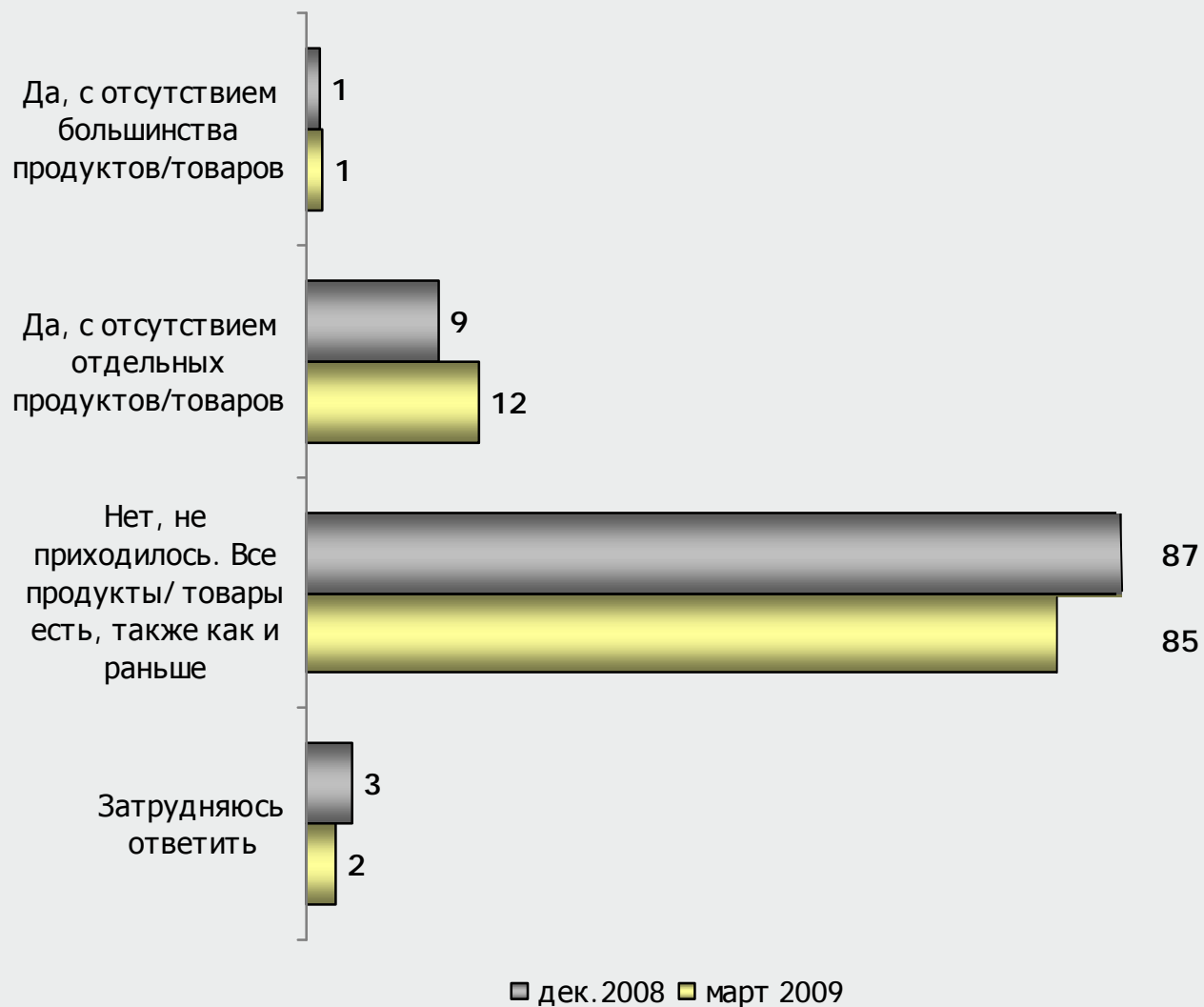
17



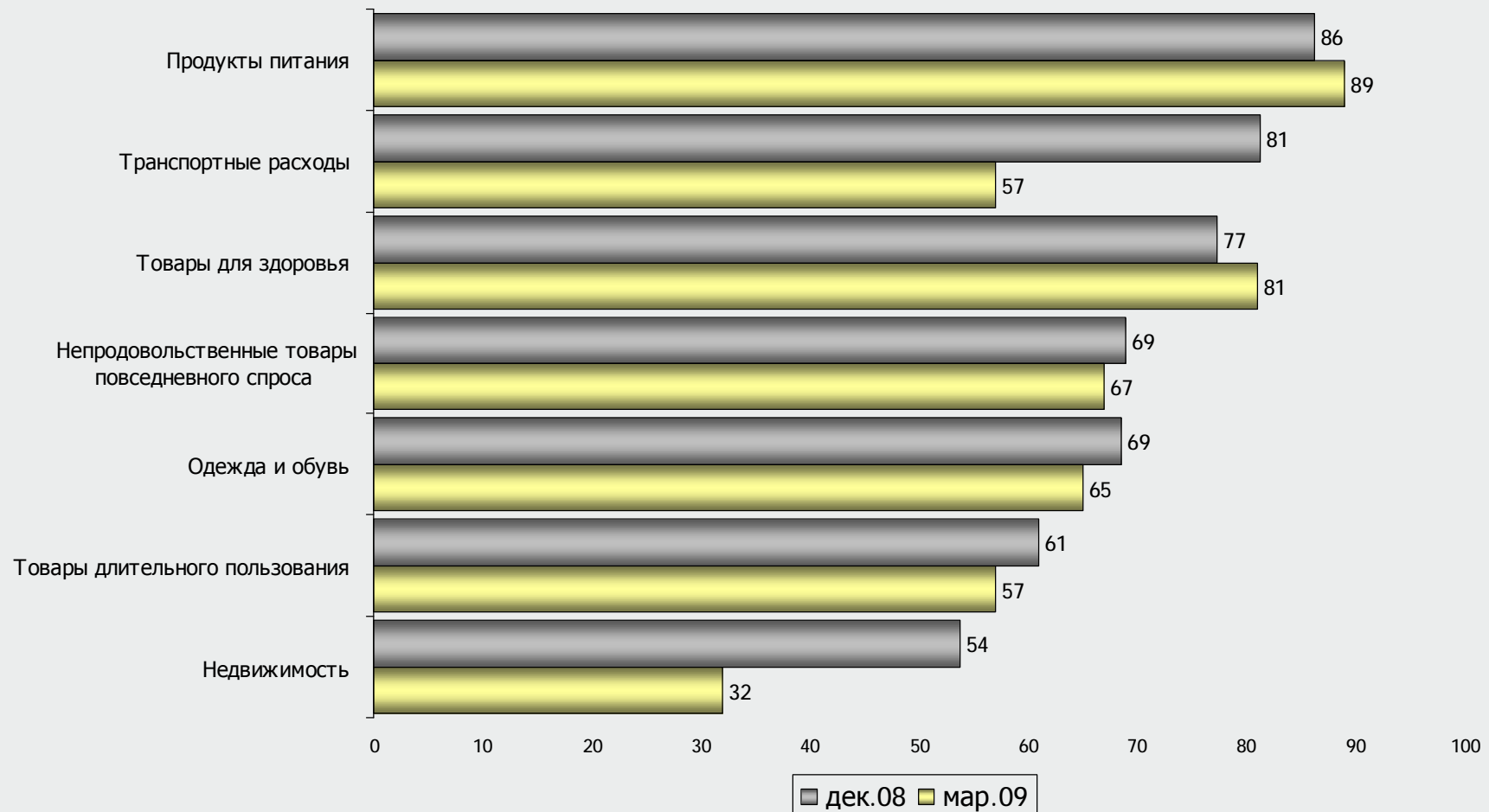
■ Нет   ■ Да

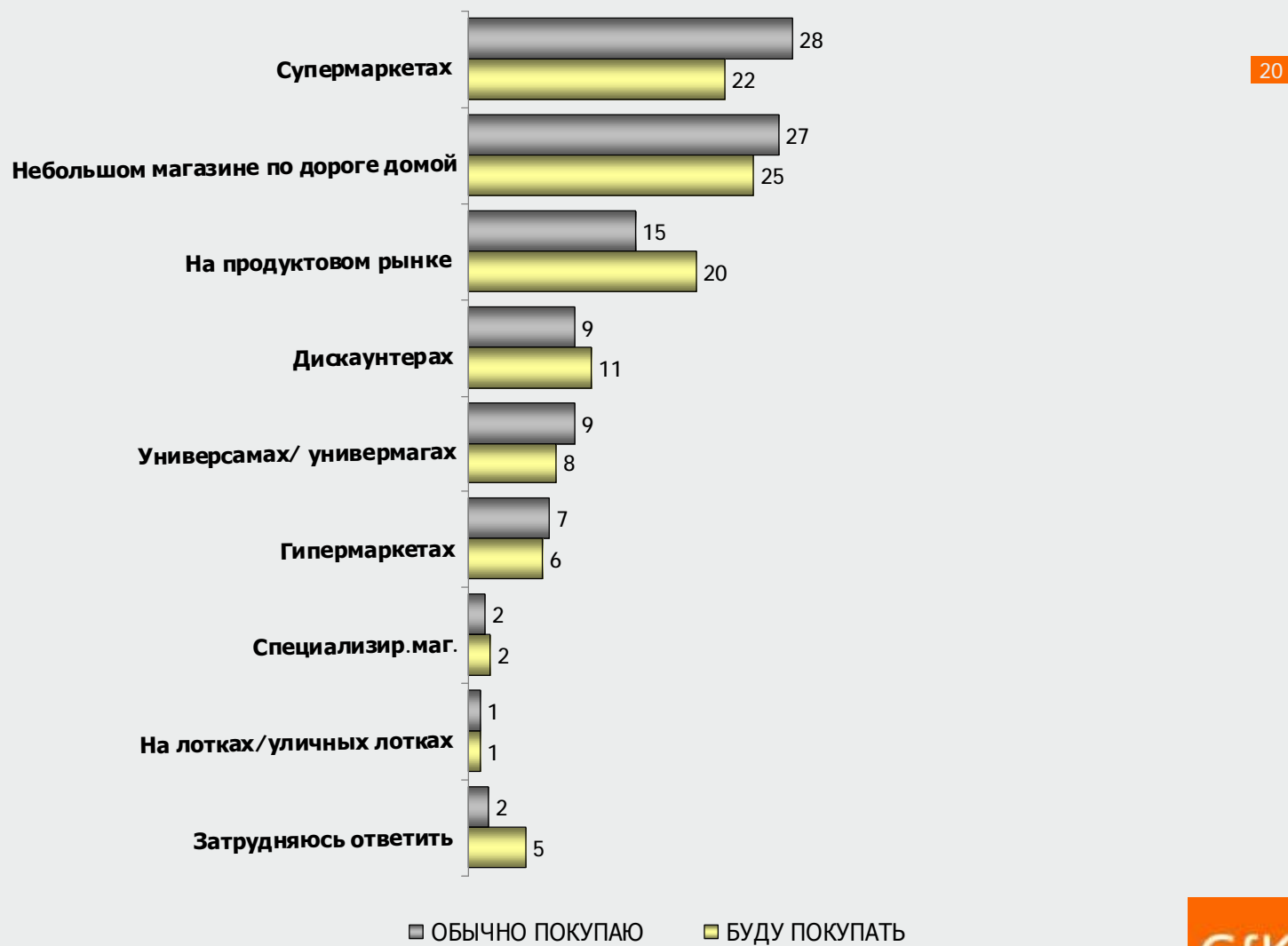


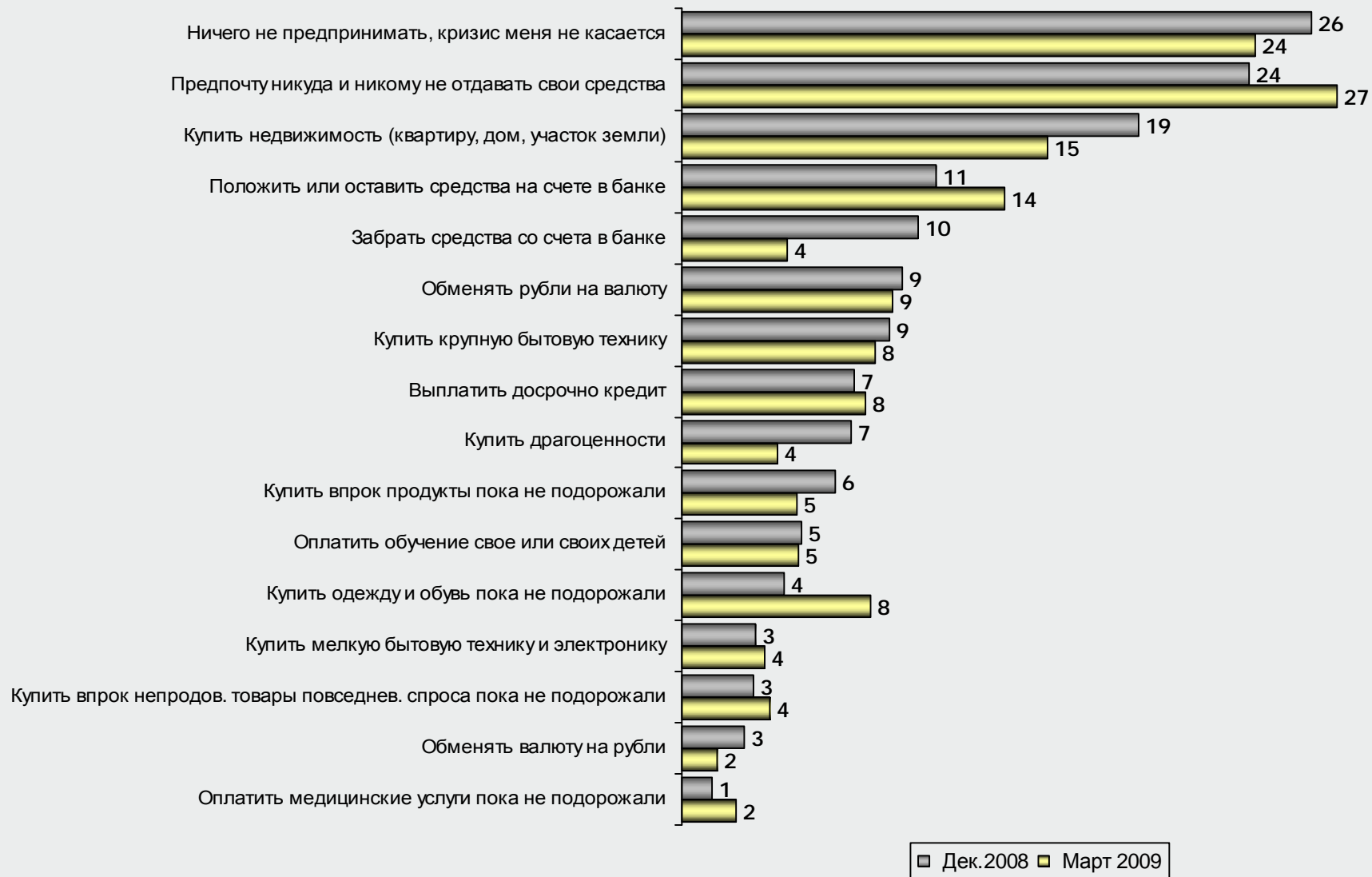
ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 2 МЕСЯЦА СТАЛКИВАТЬСЯ С ОТСУТСТВИЕМ ТЕХ ИЛИ ИНЫХ ПРОДУКТОВ/ ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА, КОТОРЫЕ ВЫ ОБЫЧНО ПОКУПАЕТЕ?



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?

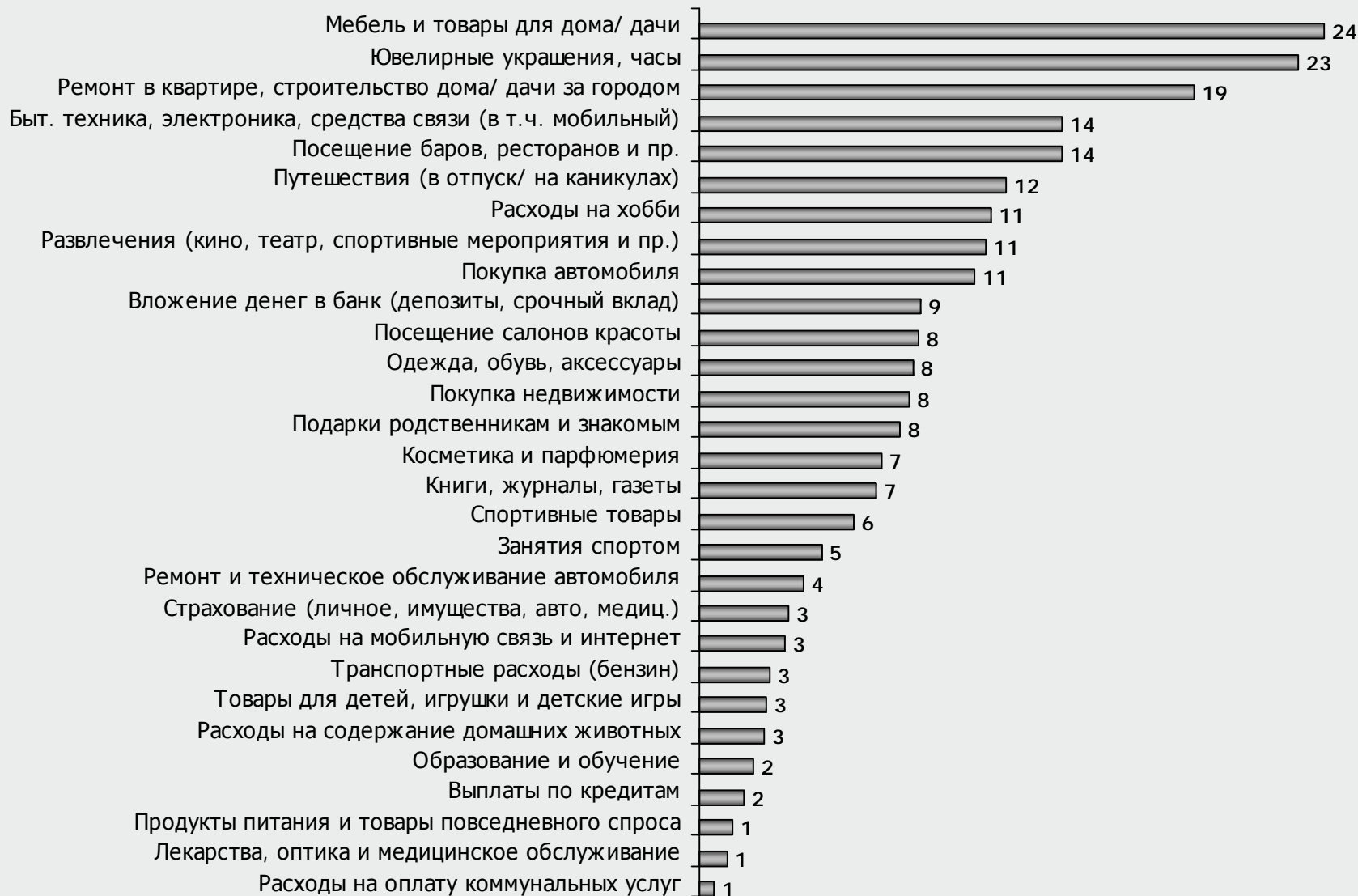
КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ ВЫ СЧИТАЕТЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫМИ  
ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ВАШИХ ЛИЧНЫХ СРЕДСТВ?

21

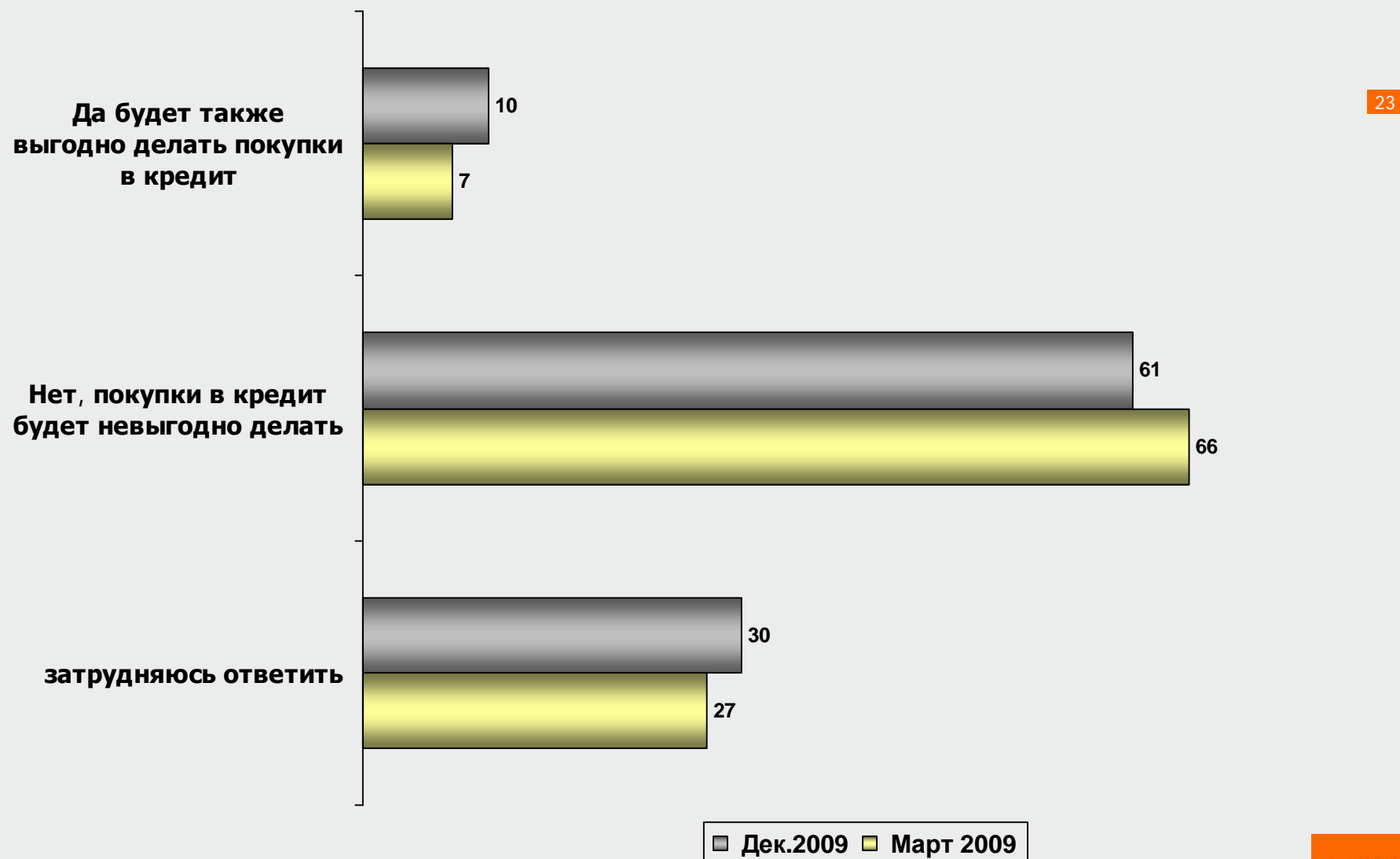
■ Дек. 2008 ■ Март 2009



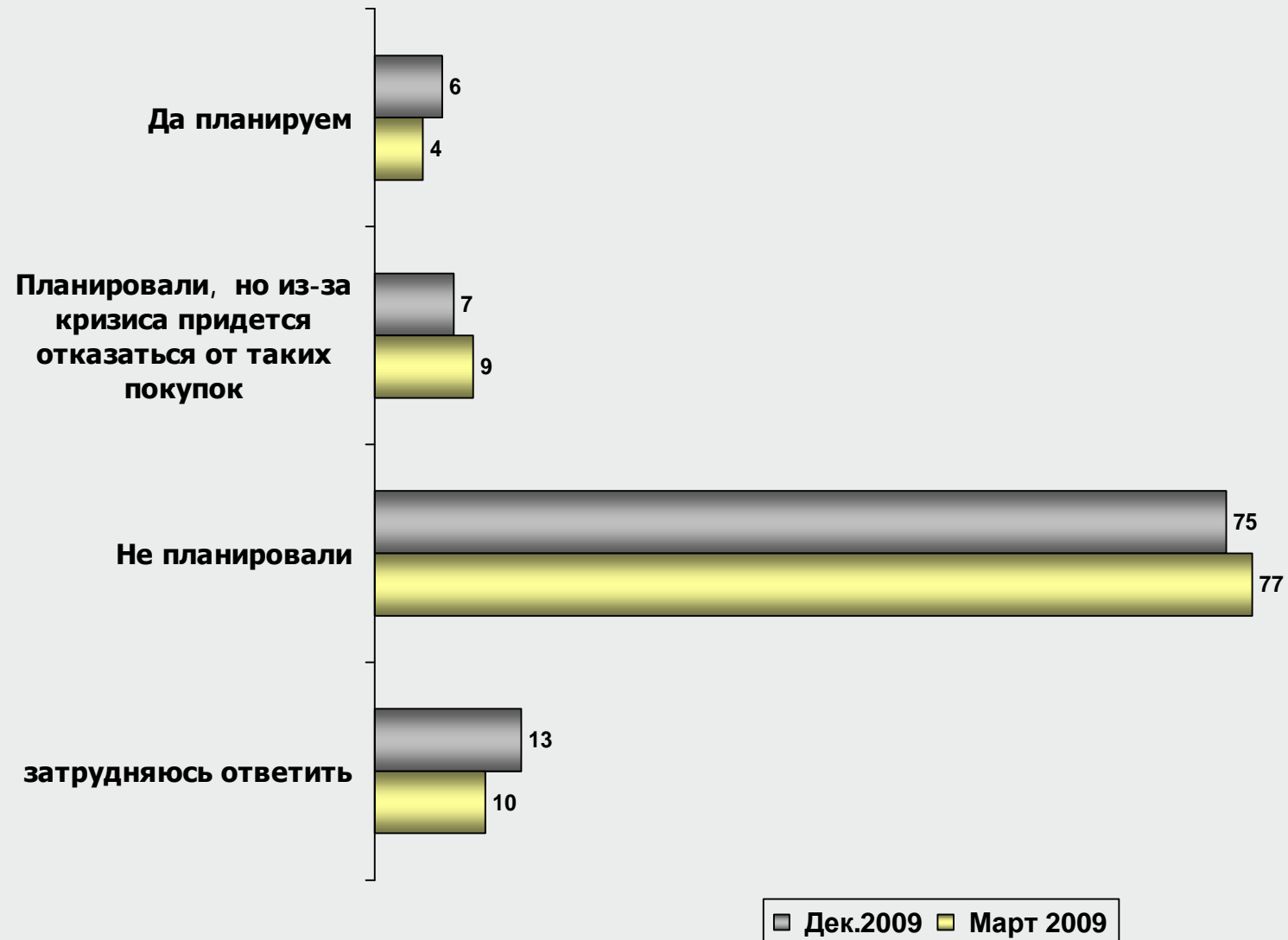
## ОТ ПОКУПКИ КАКИХ ТОВАРОВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАКИХ УСЛУГ, КОТОРЫЕ ВЫ ПЛАНИРОВАЛИ, ВЫ ГОТОВЫ ОТКАЗАТЬСЯ ПРИ УХУДШЕНИИ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ВАШЕЙ СЕМЬИ?



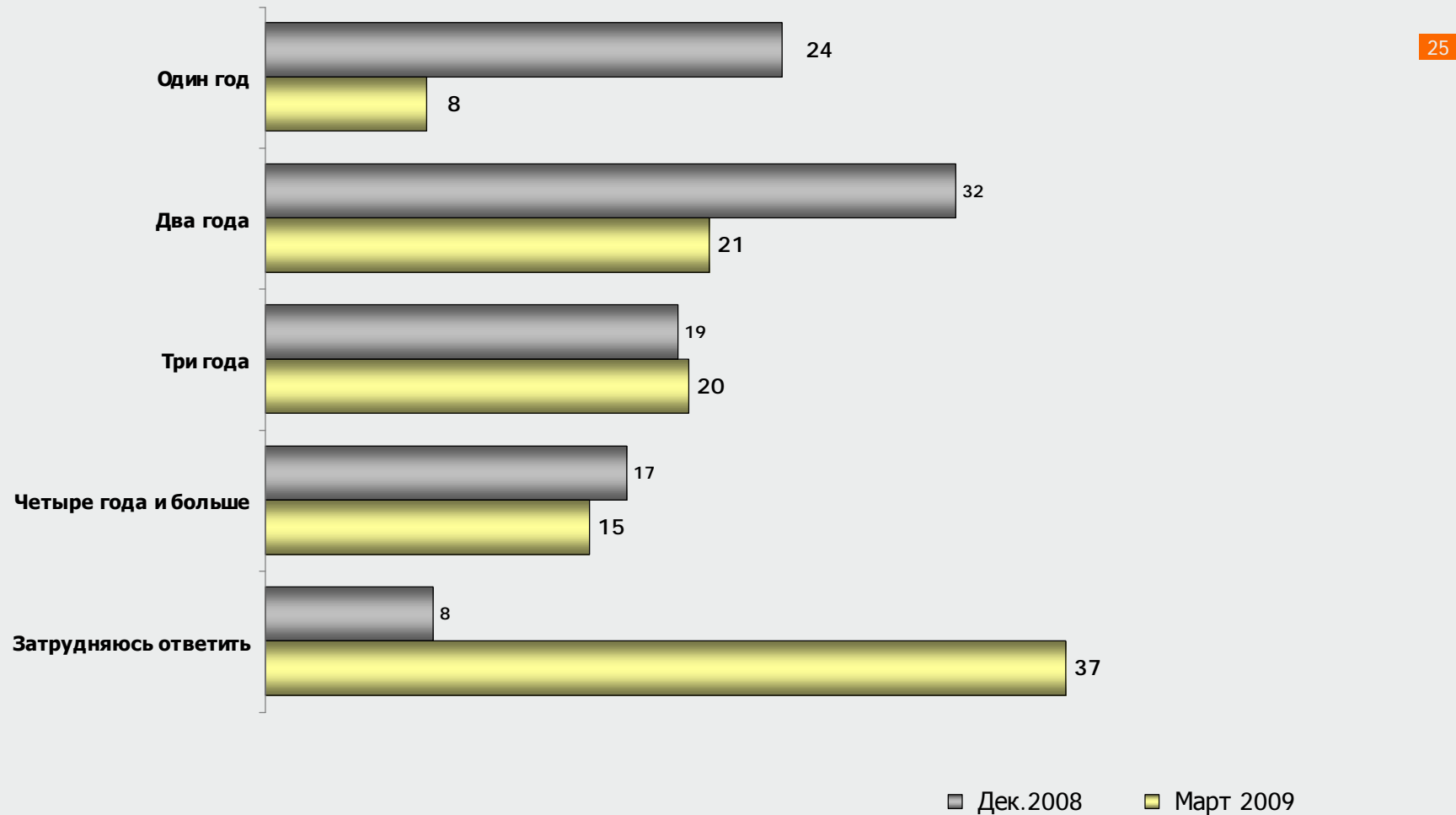
КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, В СЛЕДУЮЩИЕ 12 МЕСЯЦЕВ ВЫГОДНО ЛИ БУДЕТ ДЕЛАТЬ ПОКУПКИ В КРЕДИТ?



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

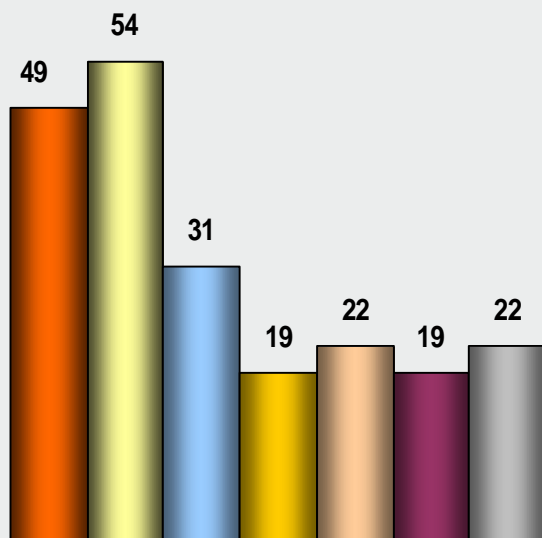


НА ВАШ ВЗГЛЯД, НАСКОЛЬКО ДОЛГИМИ ПО ВРЕМЕНИ БУДУТ ПОСЛЕДСТВИЯ  
НЫНЕШНЕГО КРИЗИСА В НАШЕЙ СТРАНЕ?

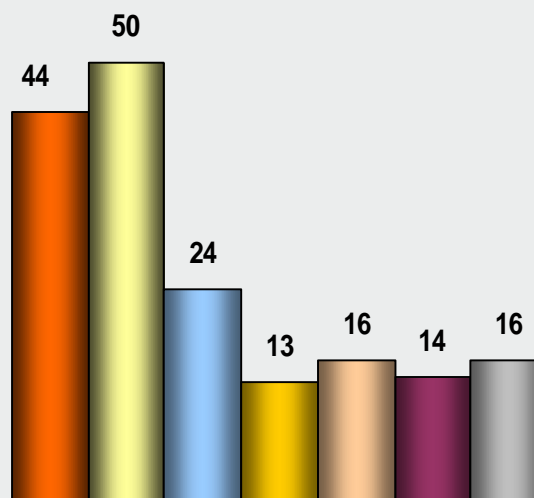


НАСКОЛЬКО ВЫ ОДОБРЯЕТЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ПРЕОДОЛЕНИЮ  
КРИЗИСА В РОССИИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?

26



Декабрь 2008

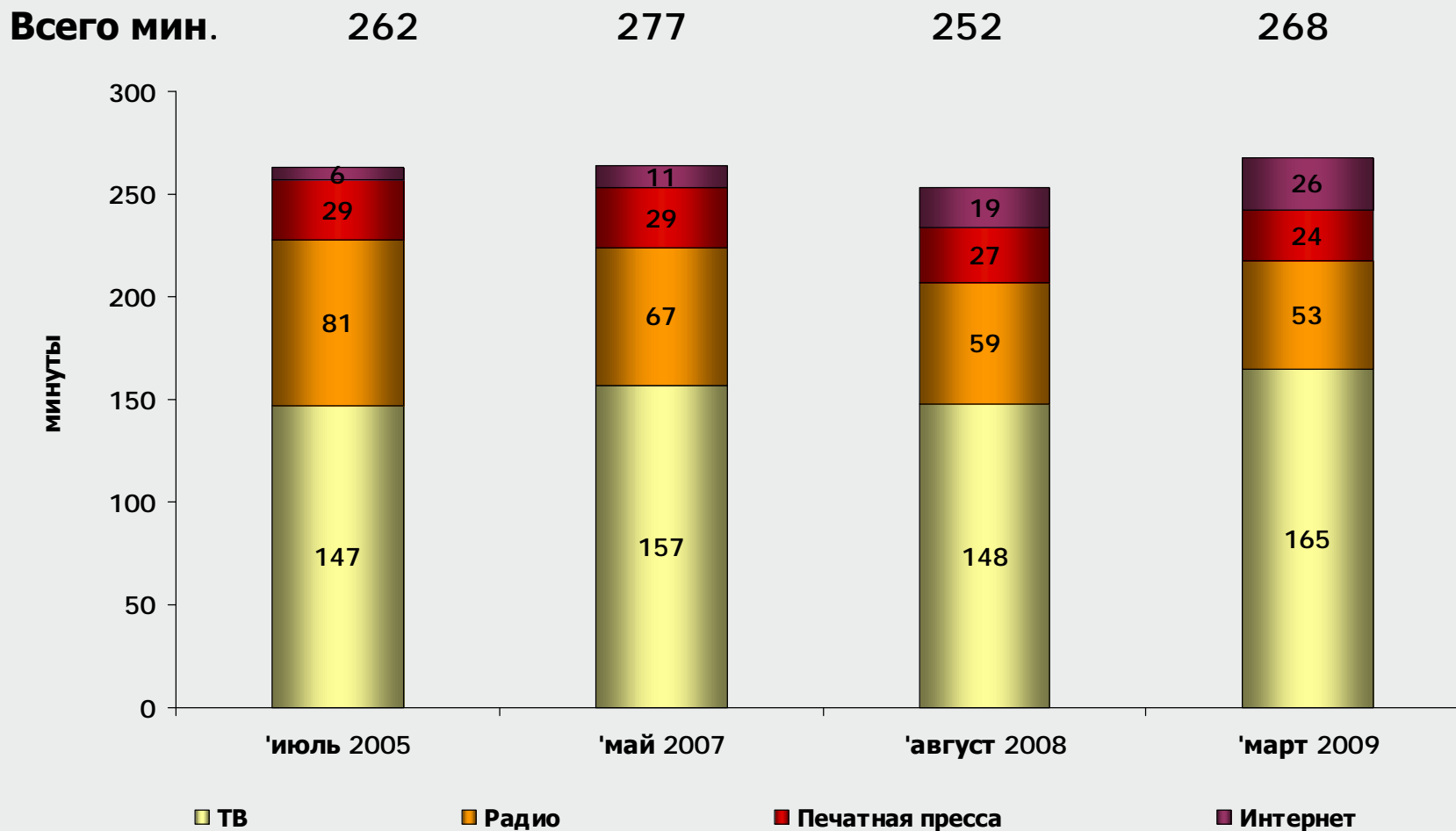


Март 2009

- 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



Источник: ГфК Омнибус, Россия 16+

GfK

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**