

ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В РОССИИ В 2014 Г.

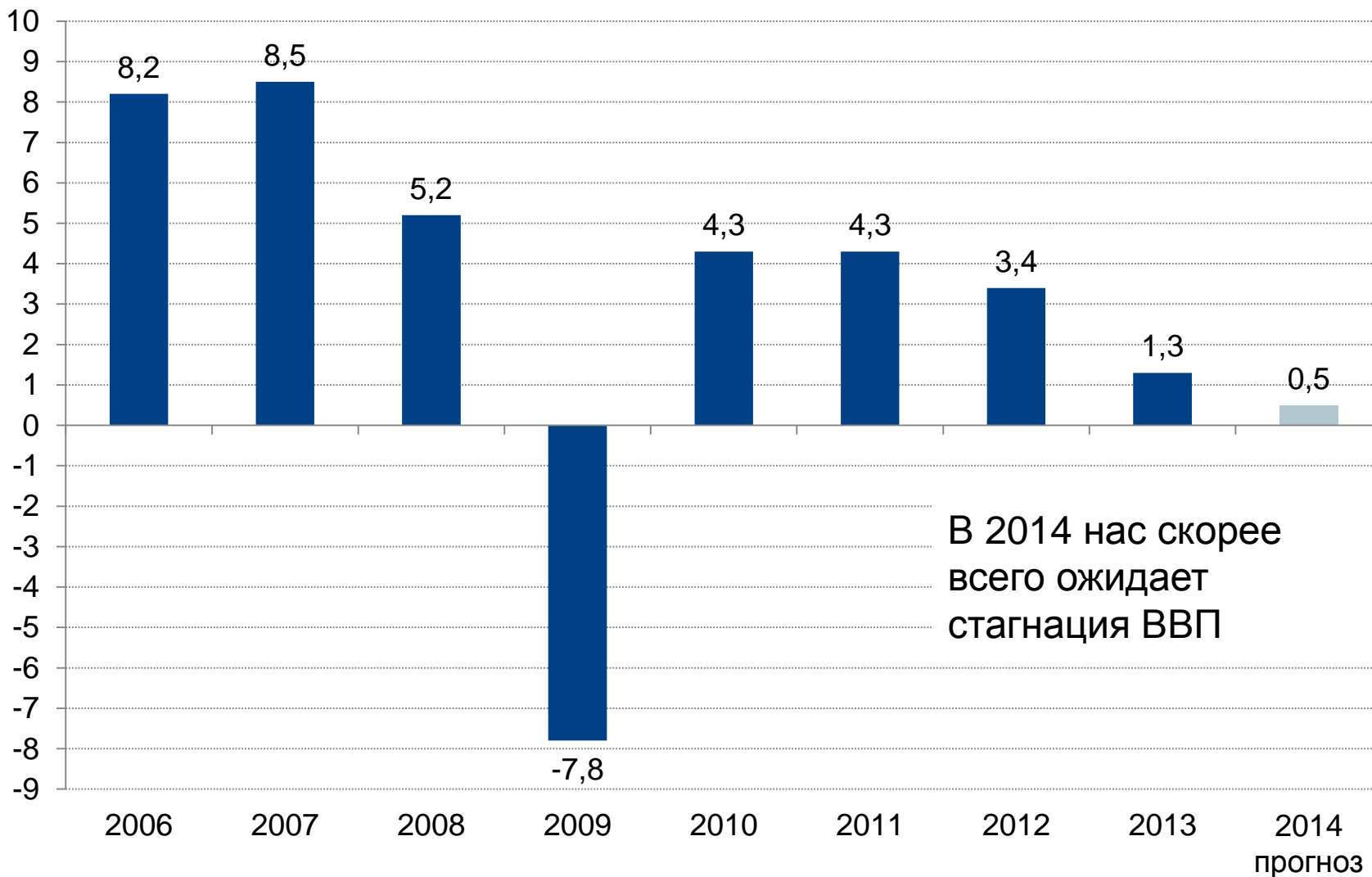
XV БИЗНЕС-ФОРУМ TOP MARKETING

МАРИНА БЕЗУГЛОВА

Заместитель генерального директора GfK Rus

Основные макроиндикаторы экономики России

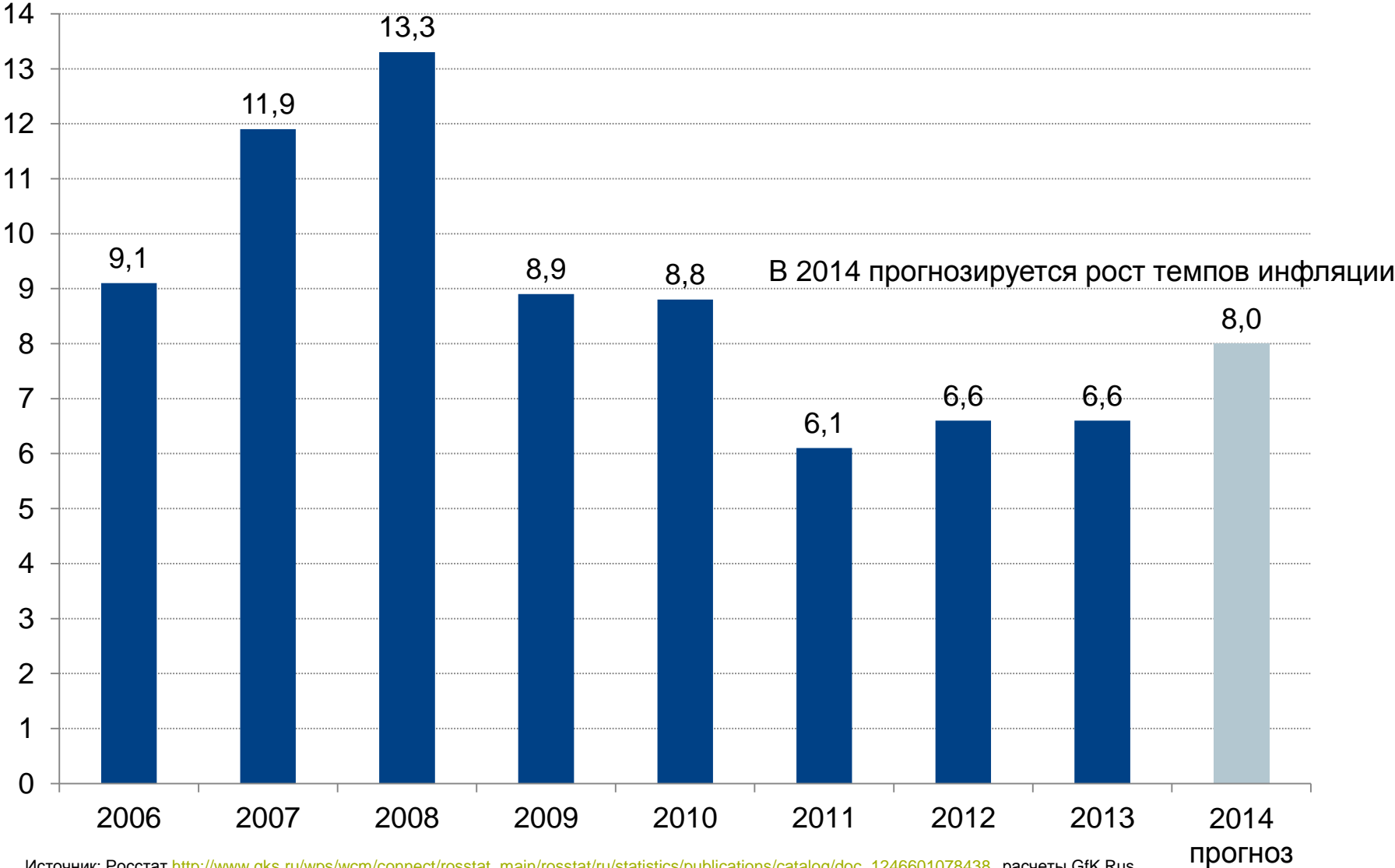
ВАЛОВЫЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ, (в сопоставимых ценах 2008г.)



Источник: Росстат http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1246601078438, расчеты GfK Rus

ИНФЛЯЦИЯ

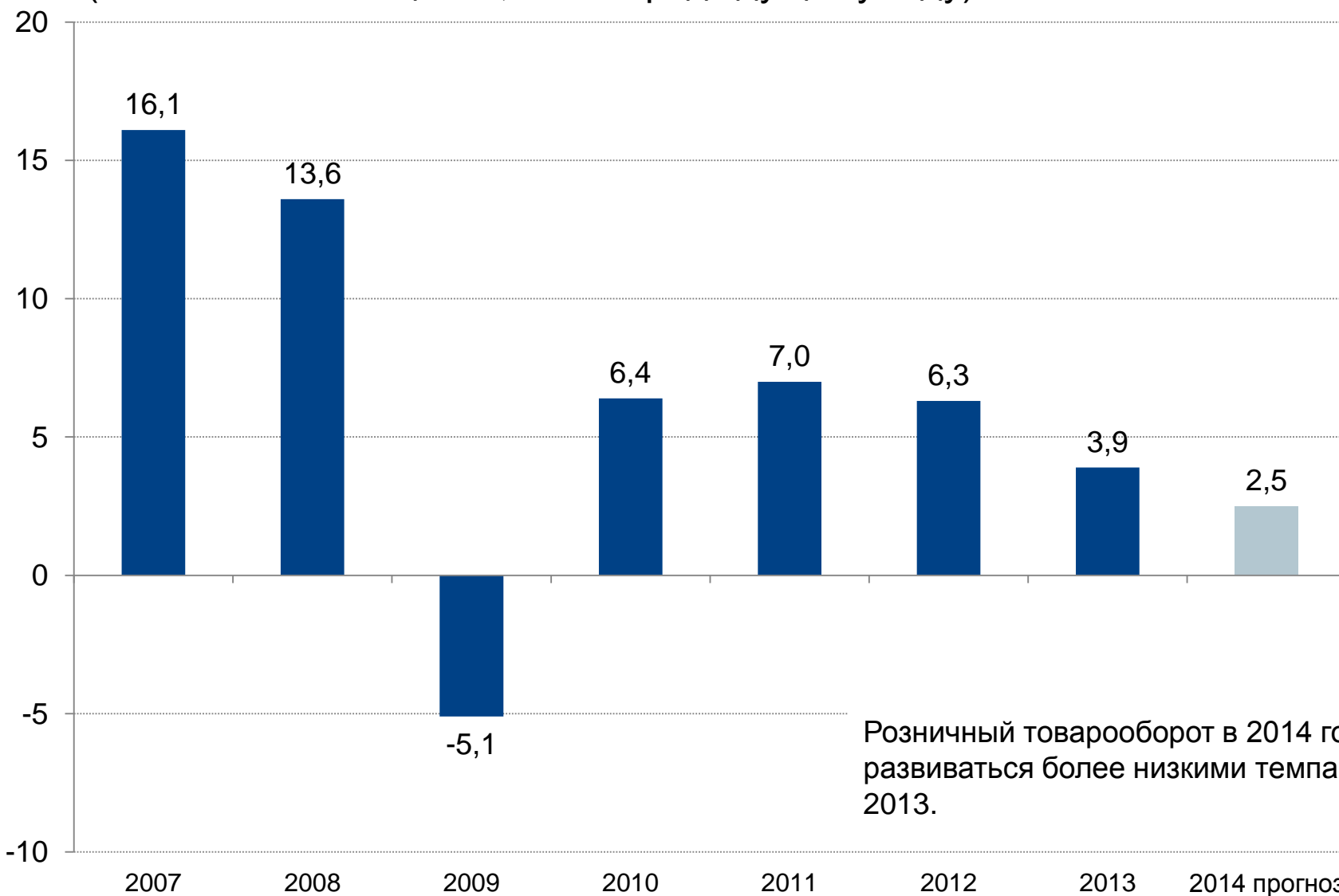
(индекс потребительских цен)



Источник: Росстат http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1246601078438, расчеты GfK Rus

ДИНАМИКА ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

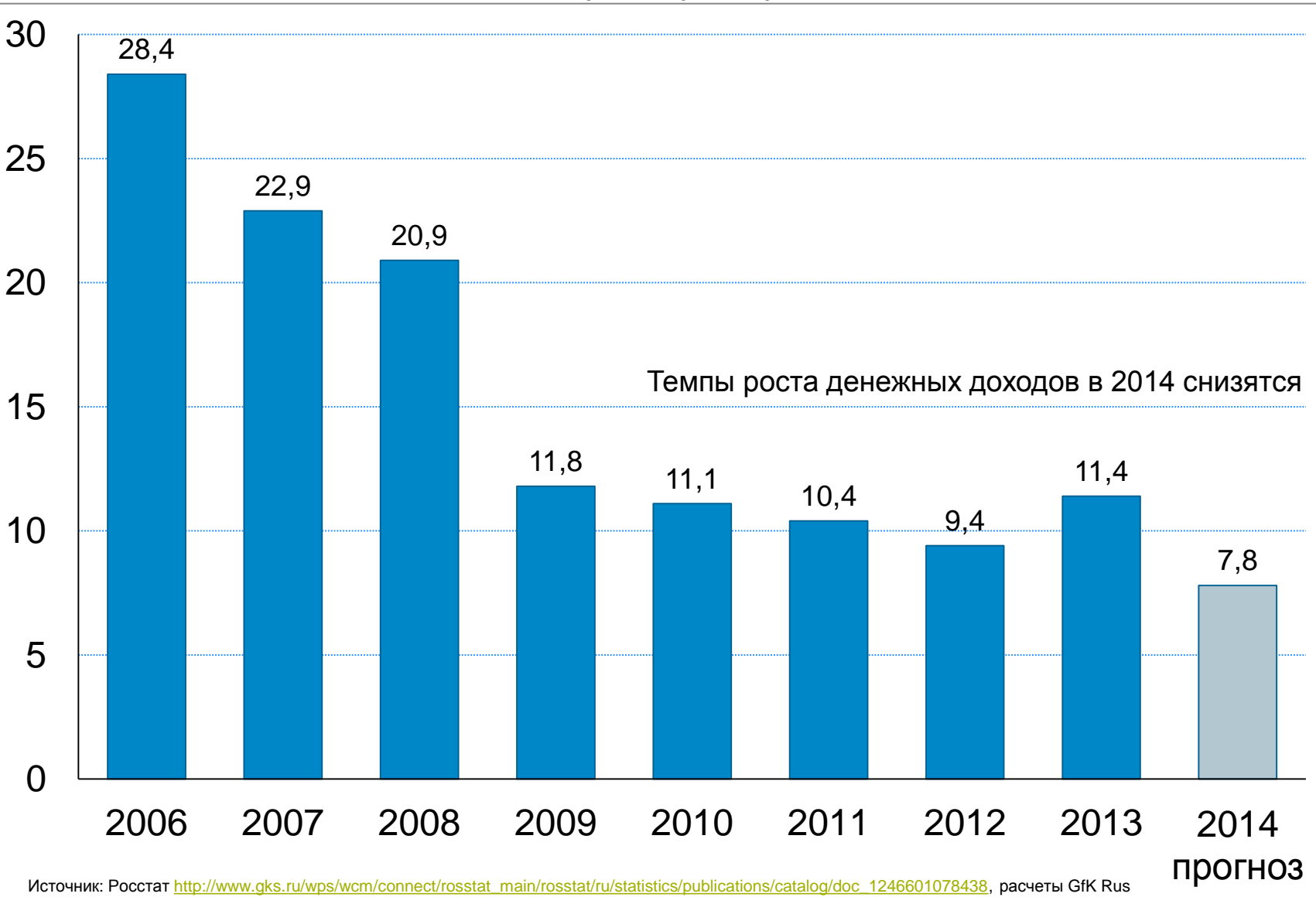
(в сопоставимых ценах, в % к предыдущему году)



Розничный товароборот в 2014 году будет развиваться более низкими темпами, чем в 2013.

Источник: Росстат http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1246601078438, расчеты GfK Rus

ДЕНЕЖНЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ (номинальные, в % к предыдущему году)

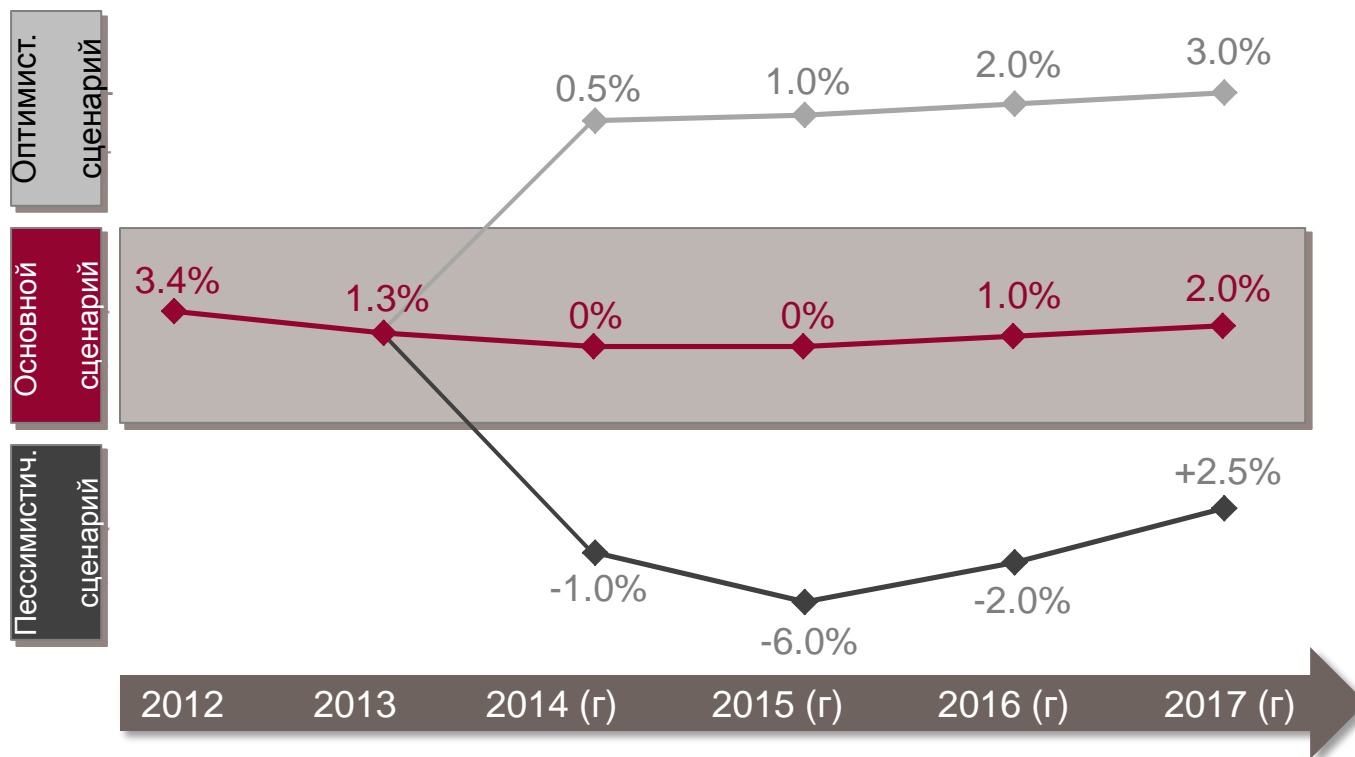


Источник: Росстат http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1246601078438, расчеты GfK Rus

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ ПРОГНОЗА РОСТА ВВП: СУЩЕСТВЕННАЯ ЗАВИСИМОСТЬ ОТ ВНЕШНЕГО ФОНА



Прогноз роста ВВП России (2012 - 2017)



Вызовы

- Девальвация рубля
- Торговые ограничения, приостановка инвестиции
- Проблемы доступа к международному финансированию

Источник: Российско-германская торговая палата

Индекс настроений европейского бизнес-сообщества в России, 2014

АЕВ-GfK БАРОМЕТР: ОПТИМИЗМ ОТНОСИТЕЛЬНО БИЗНЕСА В РОССИИ СУЩЕСТВЕННО СНИЗИЛСЯ В 2014 ГОДУ



Комплексный индекс

Индекс текущего
состояния бизнеса
96

Отдельные
индексы

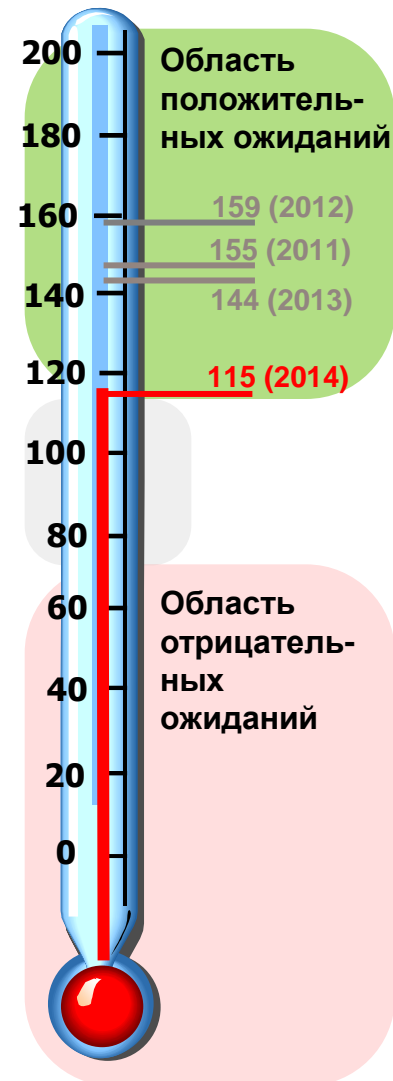
- Текущая ситуация в бизнесе (I=159)
- Текущая макроэкономическая ситуация (I=54)
- Индекс развития бизнеса (I=75)

Индекс ожиданий
бизнеса
124

Отдельные
индексы

- Ожидания бизнеса (I=110)
- Индекс краткосрочных ожиданий (I=51)
- Индекс среднесрочных ожиданий (I=120)
- Индекс долгосрочных ожиданий (I=159)
- Индекс ожидаемого оборота (I=165)
- Индекс ожидаемой прибыли (I=141)

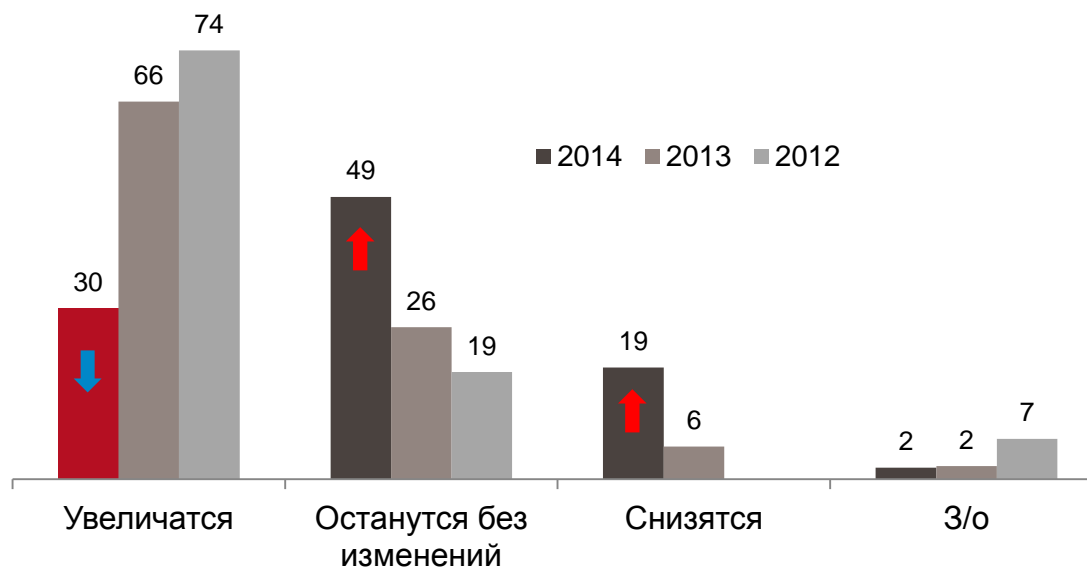
АЕВ-GfK индекс, 2014



РОСТ ИНВЕСТИЦИЙ ЗАТОРМОЗИЛСЯ,...



Мнение относительно изменений инвестиций в собственный бизнес, %



↑ ↓ Значительное повышение/снижение по сравнению с 2013 годом

Q17. Согласно Вашим ожиданиям, как изменятся Ваши инвестиции в 2014 году по сравнению с 2013 годом?

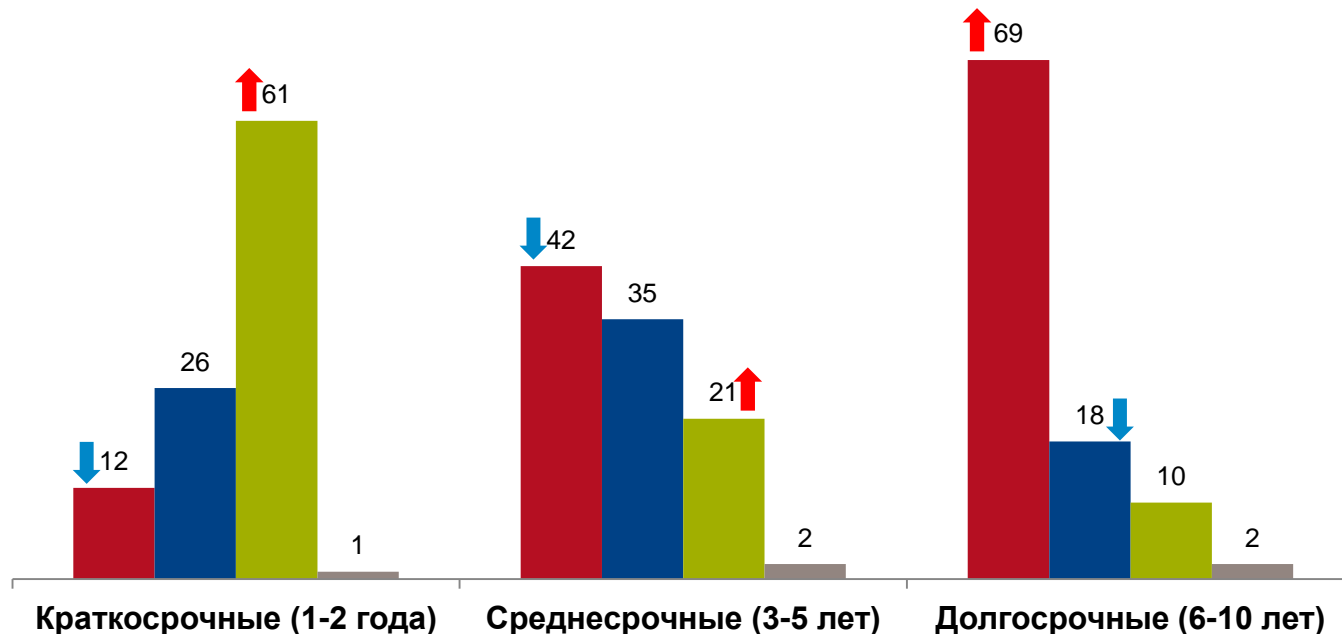
База =98 членов АЕБ (2014)
87 членов АЕБ (2013)
86 членов АЕБ (2012)

НО ДОЛГОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПЕРСПЕКТИВ РОССИИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОПТИМИСТИЧНЫЙ!



Мнение относительно экономических перспектив для России, %

■ Рост ■ Устойчивый ■ Снижение ■ 3/0



↑ ↓ Значительное повышение/снижение по сравнению с 2013 годом

Q20. Как вы оцениваете экономические перспективы для России?

© GfK 2014 | XV Бизнес форум TOP Marketing 22.10.2014

База =98 членов АЕВ (2014)
87 членов АЕВ (2013)
86 членов АЕВ (2012)

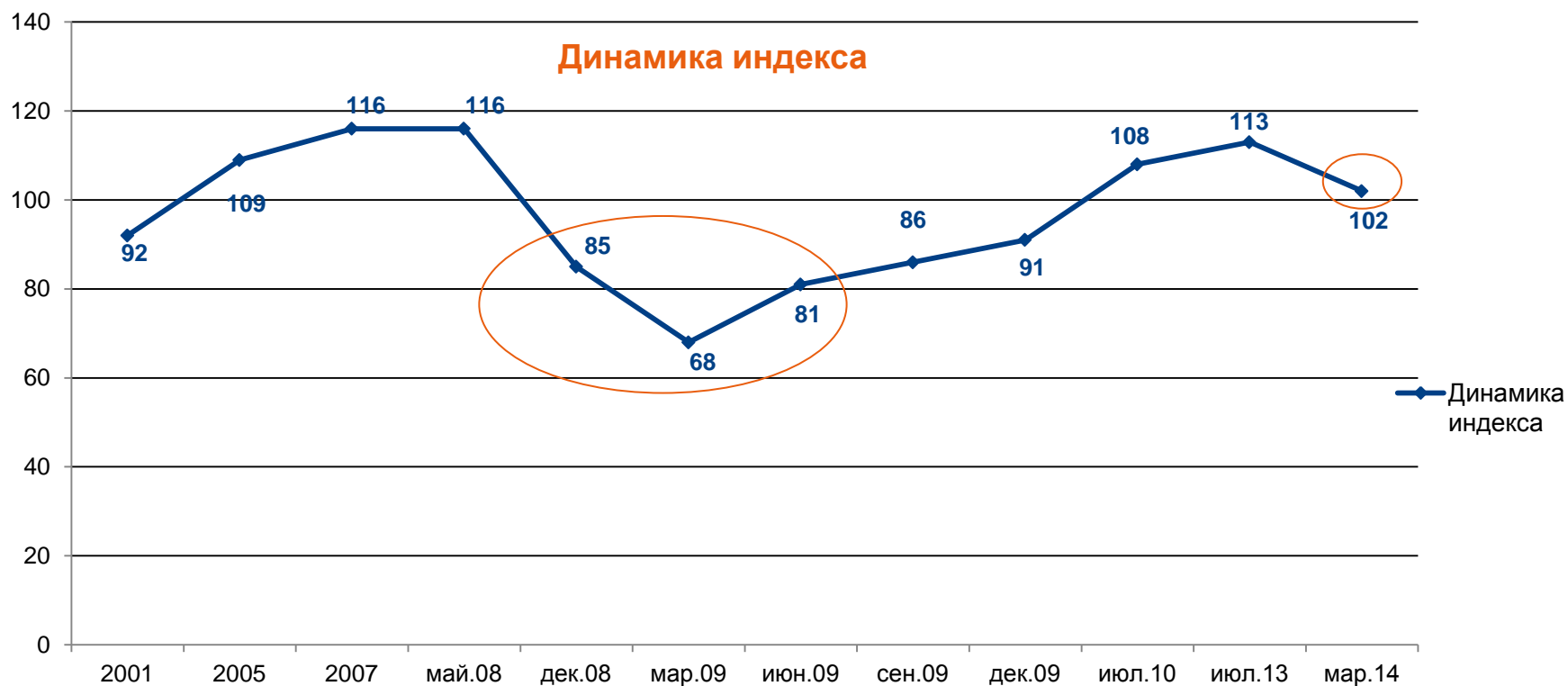
РЕЙТИНГ СТРАН ПО ВВП (ПАРИТЕТ ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ)

Place of the country in the GDP list	Countries according to GDP	GDP 2013 in bln. \$	GDP per capita (PPP) 2013 in \$	Place of the country in GDP per capita
1	USA	16800	53780	10
2	China	16158	53143	84
3	India	6774	43332	123
4	Japan	4624	43207	25
5	Germany	3493	36907	17
6	Russia	3461	36315	44
7	Brazil	3012	36209	75
8	France	2437	34303	24
9	Indonesia	2388	33140	101
10	United Kingdom	2321	24120	26
11	Italy	2052	16463	27
12	Mexico	2014	15034	67
13	Republic of Korea	1664	11904	30
14	Saudi Arabia	1550	9559	8
15	Canada	1519	5410	19

Источник: World Bank

Изменения потребительского поведения в России

ИНДЕКСЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ: НАМЕТИЛАСЬ ТЕНДЕНЦИЯ К СНИЖЕНИЮ



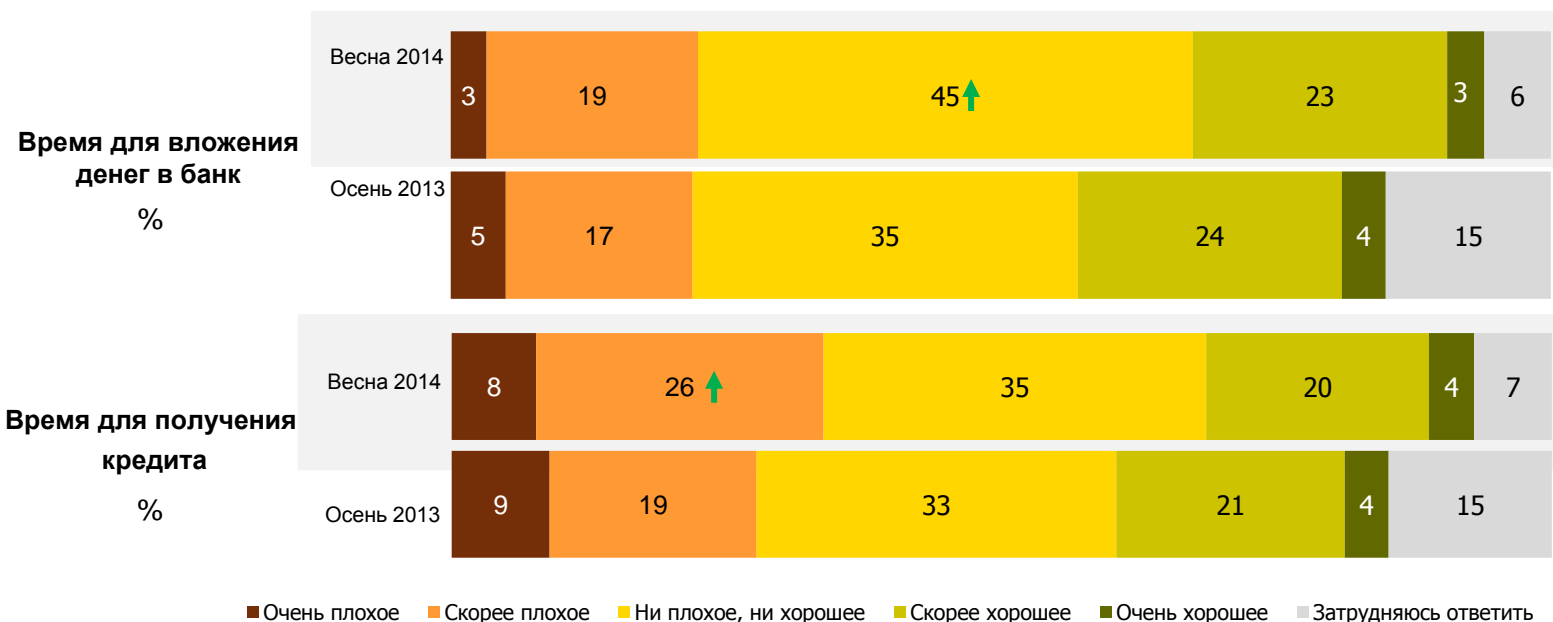
✓ Индекс Потребительских Настроений (ИПН): средняя арифметическая Индекса Текущего Состояния (ИТС)* и Индекса Потребительских Ожиданий (ИПО)**.

✓ Индекс = доля положительных ответов - доля отрицательных + 100.

✓ Интервал от 0 до 99 пунктов называется "пессимистической оценкой", а население считает ситуацию ухудшающейся.

✓ Выше 100 означают оптимизм в оценке экономической и материальной ситуации.

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ: БОЛЬШЕ ОСТОРОЖНОСТИ В ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ ПРОДУКТАМИ



Новые тенденции 2014:

- Возросла требовательность банков к потенциальным заемщикам
- Поведение заемщиков стало более консервативным в отношении наращивания новых кредитов
- Как результат: темпы роста потребительского кредитования сократились почти вдвое

Источник: Омнибус GfK

D17. Учитывая экономическую ситуацию в стране, по Вашему мнению, сейчас хорошее или плохое время, чтобы положить деньги в банк?

D18. Учитывая экономическую ситуацию в стране, по Вашему мнению, сейчас хорошее или плохое время, чтобы брать кредит в банке?

В 2014 ГОДУ РЫНОК ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА ОЖИДАЕТ СДЕРЖАННЫЙ РОСТ:



Динамика в стоимостном выражении, %



Россия, Янв-Июнь '14 vs. Янв-Июнь '13

Источник: GfK ConsumerScan, товары повседневного спроса, включая свежие продукты

СРЕДНЯЯ РОССИЙСКАЯ СЕМЬЯ ТРАТИТ ОКОЛО 9,707 РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ ИЛИ 117,000 РУБЛЕЙ В ГОД НА ТОВАРЫ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА. МОЛОЧНАЯ ИНДУСТРИЯ ДЕМОНСТРИРУЕТ НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ СТОИМОСТИ.



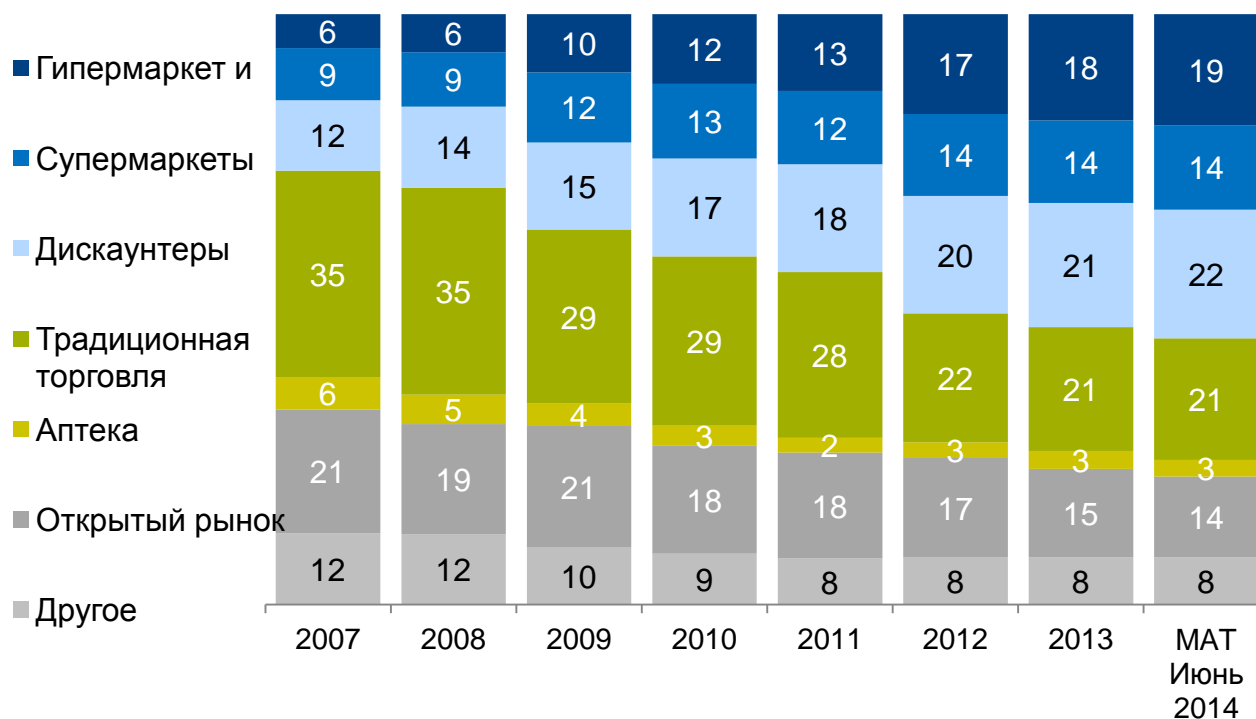
Источник: GfK ConsumerScan, товары повседневного спроса, включая свежие продукты

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАТОВ ТОРГОВЛИ ПРОДОЛЖАЕТСЯ: РАСТЕТ ДОЛЯ ГИПЕРМАРКЕТОВ И ДИСКАУНТЕРОВ



Каналы торговли.

Обороты розничной торговли в продуктовом ритейле [в %]



Изменение стоимости в %

2013 МАТ Июнь 14 vs. 2013



РЫНОК ЭЛЕКТРОНИКИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ. ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ РЫНКА, РУБЛИ

2014

-2%

2015

0%

МОБИЛЬНЫЕ, УМНЫЕ, БЕСПРОВОДНЫЕ

Увеличение количества устройств с доступом в Интернет

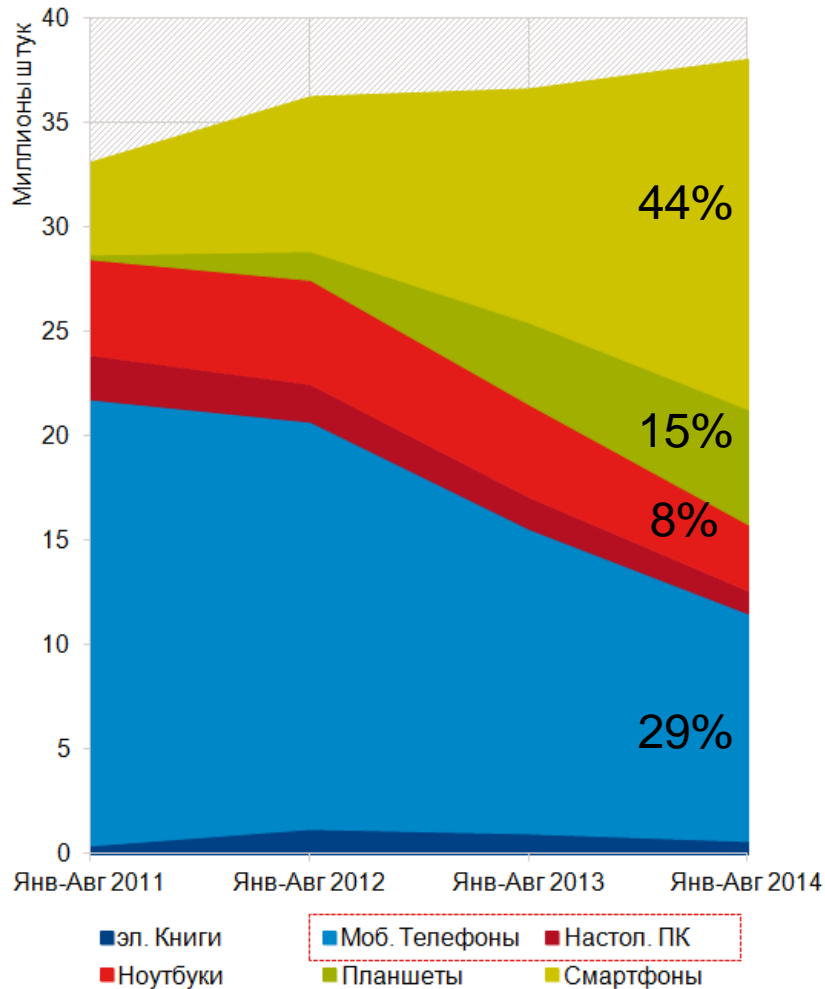


- Стиральные машины
- Холодильники
- Электронные весы
- Кофеварки
- ...

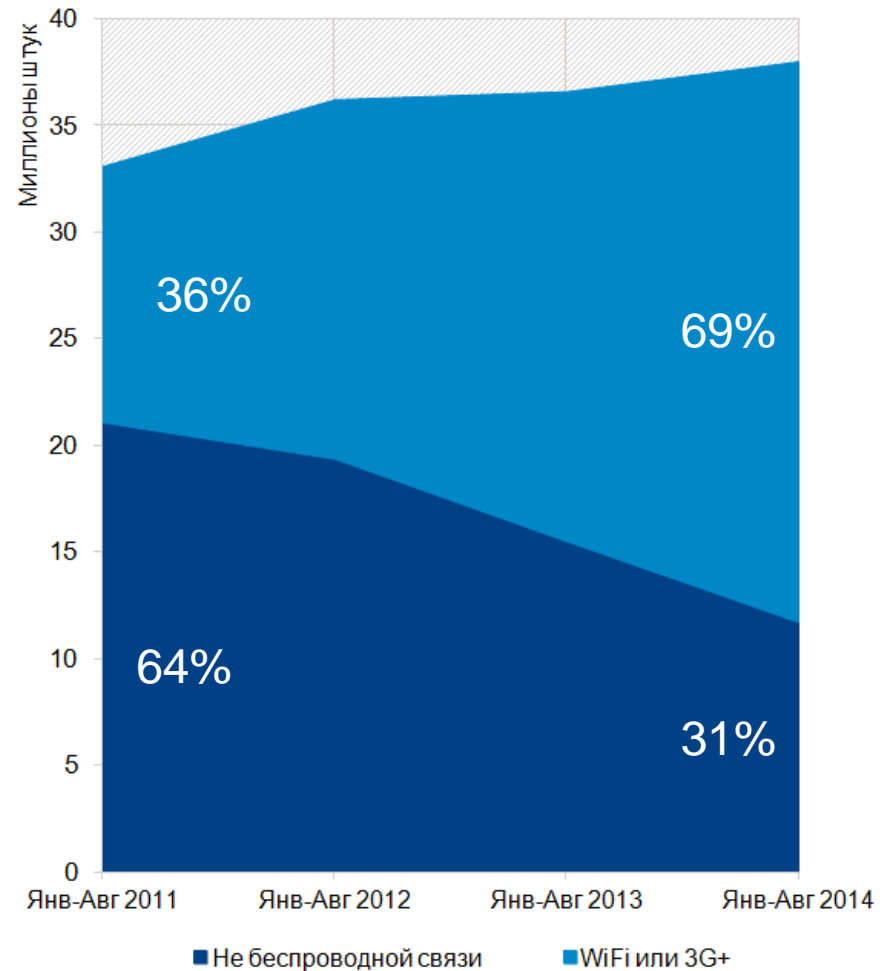


РЫНОК ИТ/ТЕЛЕКОМ РОССИИ:

Доли мобильных-но-не-умных и умных-но-не-мобильных устройств падают

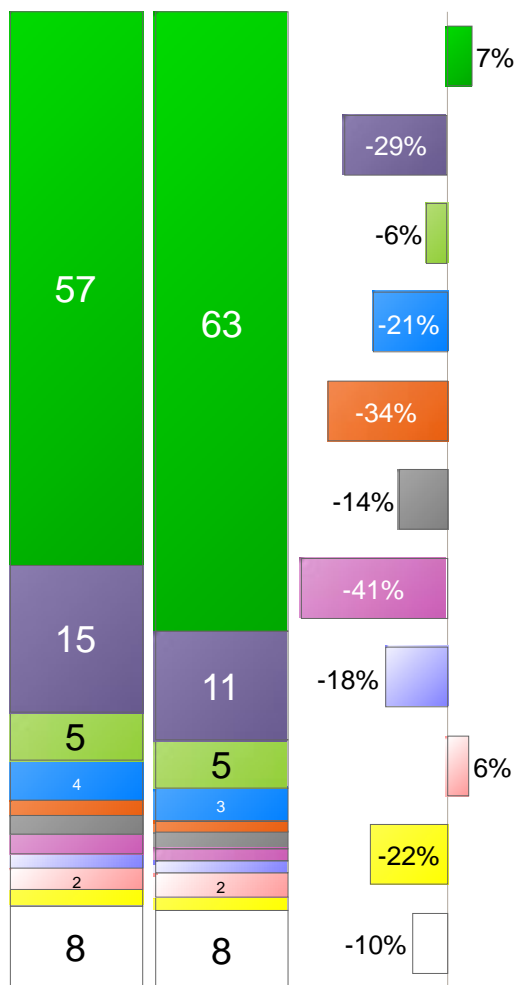


Умные устройства должны иметь беспроводной интернет



Источник: GfK Retail Audit

РЫНОК АУДИО/ВИДЕО И ФОТО ТЕХНИКИ, РОССИЯ



- ПЛОСК. ТВ
- ФОТОАППАРАТЫ
- КАРТЫ ПАМЯТИ
- СМЕН. ФОТО ЛИНЗЫ
- DVD ПЛЕЕРЫ
- ДОМ. КИНОТЕАТРЫ
- АВТО-НАВИГАТОРЫ
- ВИДЕОКАМЕРЫ
- НАУШНИКИ
- MP3 ПЛЕЕРЫ
- ДРУГОЕ

SMART-TV: +40%
UHD: +900%



Аудио системы с Wi-Fi, Internet, Bluetooth, Airplay +208%



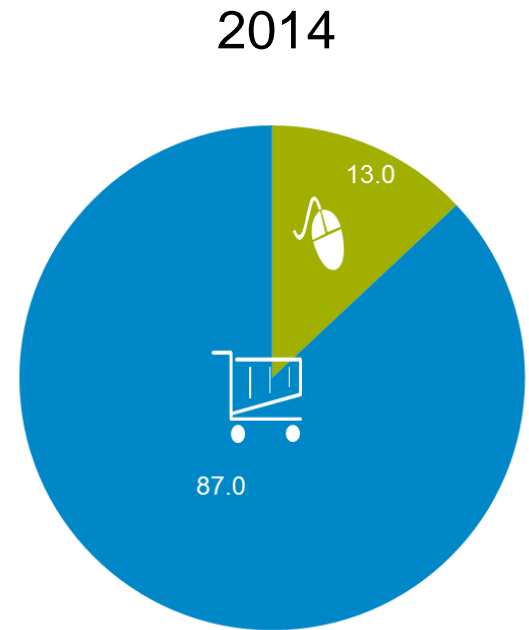
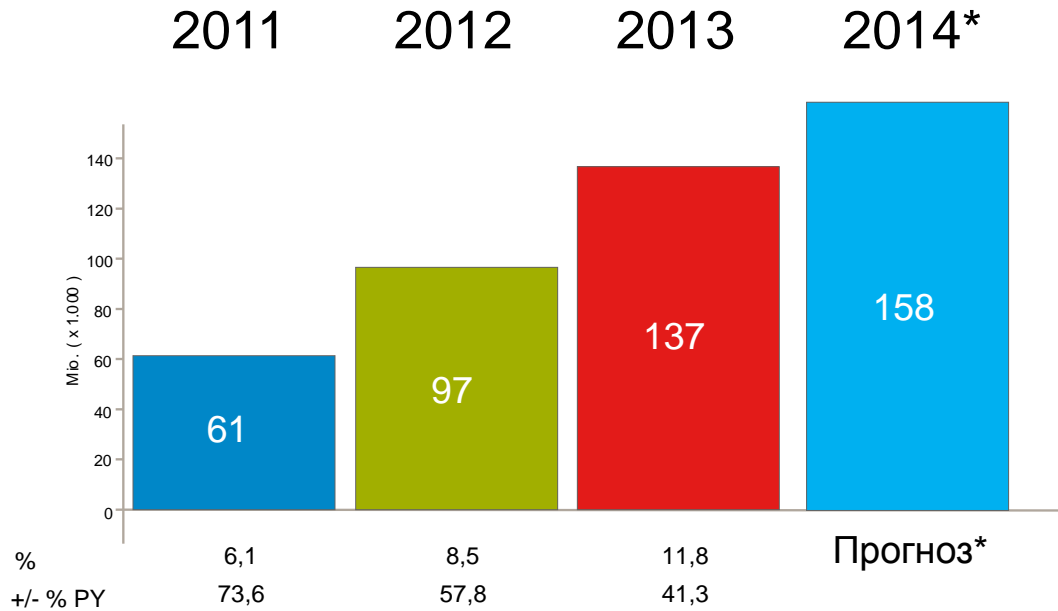
WiFi/3G/4G +75%



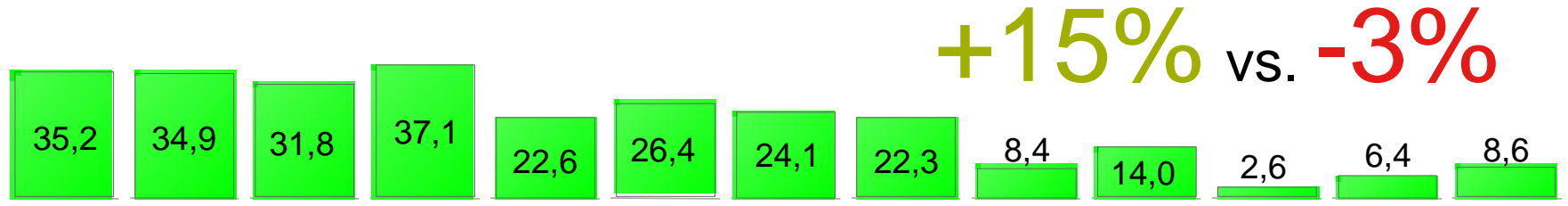
Объективы +71%

Источник: GfK Retail Audit

ДИНАМИКА ИНТЕРНЕТ ПРОДАЖ ЭЛЕКТРОНИКИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ: РОСТ ПРОДОЛЖАЕТСЯ



Авг 13 Сент13 Окт 13 Ноя 13 Дек 13 Янв 14 Фев 14 Мар 14 Апр 14 Май 14 Июнь 14 Июль 14 Авг 14



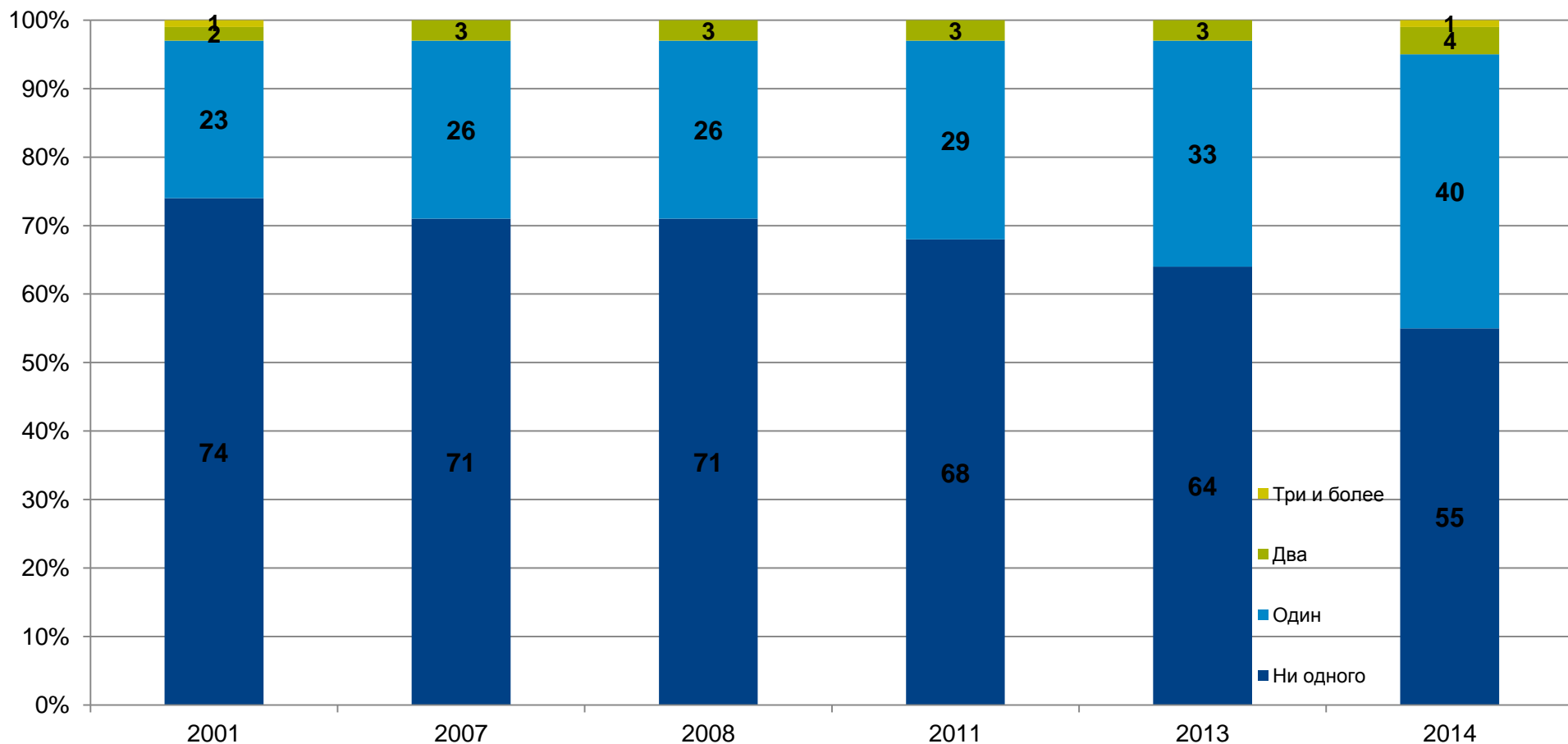
*Прогноз

АВТОМОБИЛЬНЫЙ РЫНОК В «МИНУСЕ» В 2014, НО ТРЕНД НА РОСТ ВЛАДЕНИЯ АВТОМОБИЛЯМИ В ДОМОХОЗЯЙСТВАХ НЕ ОТМЕНЯЕТСЯ



В январе-сентябре 2014 г. российский автомобильный рынок снизился на 13,0% или на 266 753 штук проданных новых легковых и легких коммерческих автомобилей по сравнению с аналогичным периодом 2013 года (данные Комитета автопроизводителей АЕВ).

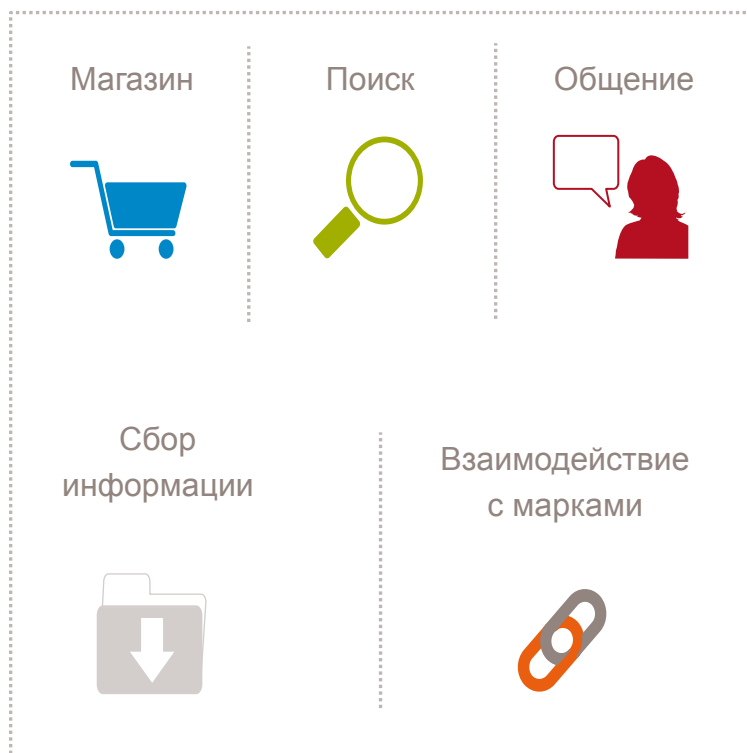
Сколько автомобилей в рабочем состоянии есть в семье





ОНЛАЙН ПО УМОЛЧАНИЮ

ОФФЛАЙН В КАЧЕСТВЕ ОПЦИИ



РОССИЯ В ТРЕНДЕ: ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ НЕСКОЛЬКИХ КАНАЛОВ В ПРОЦЕССЕ ПОКУПОК РОССИЯ ОПЕРЕЖАЕТ ЕВРОПУ ПО МНОГИМ КАТЕГОРИЯМ



%, пользовались как онлайн, так и оффлайн каналом в процессе покупок



Глобальные показатели



Россия



Европа

Продукты питания

19%

13%

13%



Средства ухода для дома

17%

16%

14%



Товары по уходу за лицом/телом

34%

39%

35%



Глобальные показатели



Россия



Европа

Электроника

51%

54%

47%



Мобильные телефоны

37%

41%

36%



Товары для дома

43%

46%

42%



Автомобили

35%

43%

32%



Q2: Вы покупали перечисленные товары только онлайн, только в обычном магазине или и онлайн, и в обычном магазине?

Источник: GfK Futurebuy 2014, пользователи Интернет

© GfK 2014 | XV Бизнес форум TOP Marketing 22.10.2014

КАК ИСПОЛЬЗУЮТСЯ РАЗНЫЕ ВИДЫ АКТИВНОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ ПОКУПОК?



Больше всего развивается «умный» и ориентированный на ценность продукта стиль шоппинга, а традиционные способы покупок утрачивают свою популярность

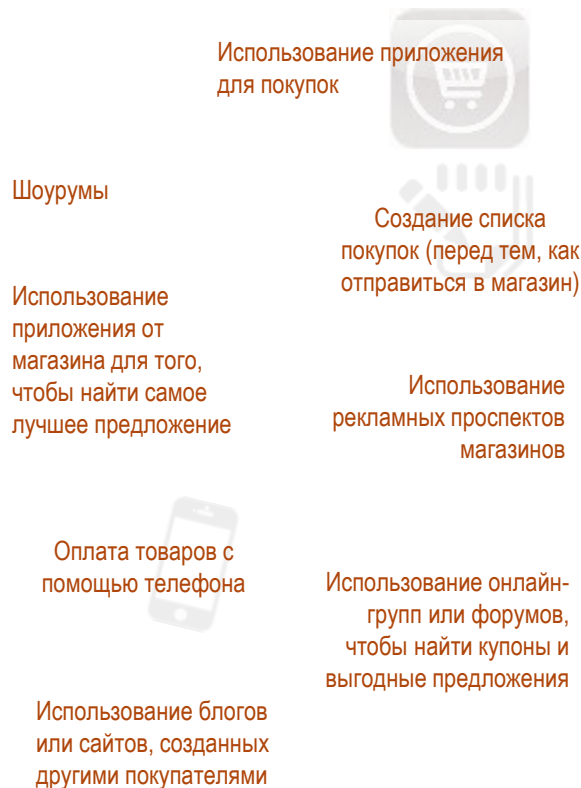
Наиболее активное развитие

(Увеличение более чем на 30 пунктов)



Увеличение активности

(более чем на 22-30 пунктов)



Понижение активности

Рекомендации друзей/семьи

Покупки через каталоги (заказ по почте)

Q7. Если сравнивать с прошлым годом, Вы стали совершать эти действия чаще или реже? Или Ваше поведение не изменилось??

База: все респонденты

На основе: GfK Futurebuy 2014

© GfK 2014 | XV Бизнес форум TOP Marketing 22.10.2014

РЫНОК

- Еще не кризис, но ожидание кризиса
- Неопределенность будущего прогноза

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Наблюдается некоторое замедление/падение потребительских рынков, но глобальные тренды развиваются и манифестируют по-прежнему

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ

- Мобильность
- Цифровая среда
- Мультиформатность

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- Научиться жить в ситуации неопределенности
- «Человекоцентризм» в маркетинге
- Управлять трендами и угадывать их

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ: ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ПАНЕЛЬ GfK: 10.000 семей или 27.000 конечных потребителей



Потребительская панель GfK собирает данные о покупках домохозяйств, состоящих в выборке, являющейся **репрезентативной** для всего населения страны

Панель – это одни и те же* домохозяйства, которые сканируют свои покупки на **постоянной** основе **365 дней в году**



*ротация домохозяйств в выборке, т.е. выбытие из панели и замена домохозяйствами с аналогичными параметрами, за год не превышает 15%



GfK PANELMARKET

СТРАНА

4 000
КОМПАНИЙ

37 000
ТОРГОВЫХ ТОЧЕК



ЦФО

РЕГИОН

721
ГОРОДА 20 ТЫС.+



МОСКВА

ГОРОД

85%
ПОКРЫТИЕ



Мониторинг потребительского поведения и социальных настроений в России

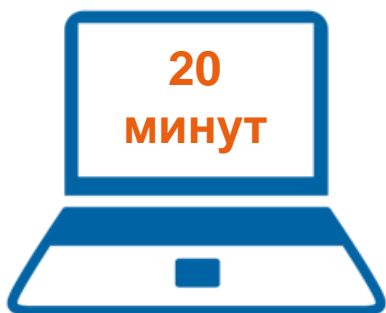
- Потребительские настроения
- Социальные настроения
- Потребительское поведение на отдельных рынках
- Привычки потребления
- Типология потребителя



В основе исследования **всероссийский** репрезентативный **опрос** населения. Объем выборки составляет **2200** респондентов. Выборка многоступенчатая, стратифицированная, со случайным отбором респондентов в точках опроса.

Регулярность проведения исследования - не реже одного раза в год.

17 Стран...



Online анкета

N = 1000 на страну (18+)

Выборка репрезентативна для интернет пользователей России по полу, возрасту и географии

Сбор данных:

15 Мая – 15 Июня 2014

15 Категорий...

FMCG

- Beauty and Personal Care
- Packaged Food/Bev
- Household Washing and Cleaning products
- OTC Healthcare

Consumer Durables

- Consumer Electronics
- Mobile/Smart- Phones
- Home Appliances

Services

- Financial Services
- Healthcare Services
- Meals at Restaurant

Other

- Automotive
- Toys
- Apparel
- Home Improvement
- Lawn & Garden



FutureBuy® - это изучение покупательского поведения онлайн и оффлайн в 15 категориях (в России с 2013 года)

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

GfK Rus

T +7 495 937 7222 | www.gfk.com/ru