



Как россияне готовятся к Новому году?

Елена Морковина

Руководитель отдела бизнес исследований ООО «ГфК-Русь»

Содержание



Отношение к Новогодним праздникам



Поведение во время новогодних праздников



Потребительские настроения накануне Нового 2015 года



Отношение к Новогодним праздникам



Потребительские настроения накануне Нового 2015 года



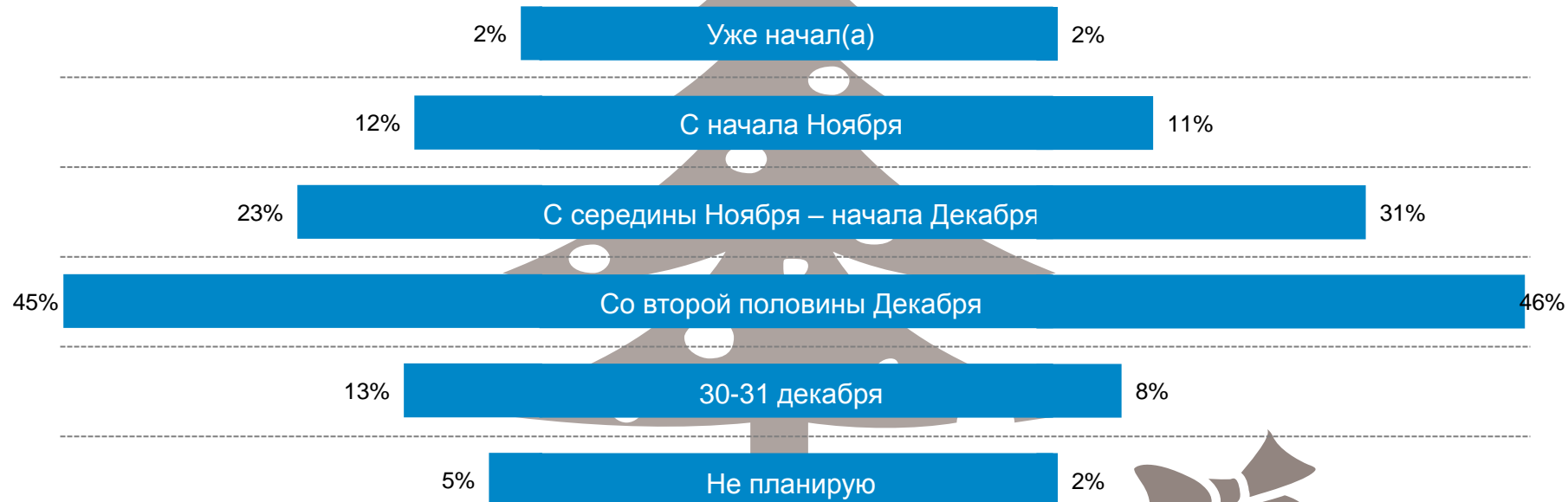
Поведение во время новогодних праздников

Планирование Нового года



Подготовка к Новому году

Покупка подарков

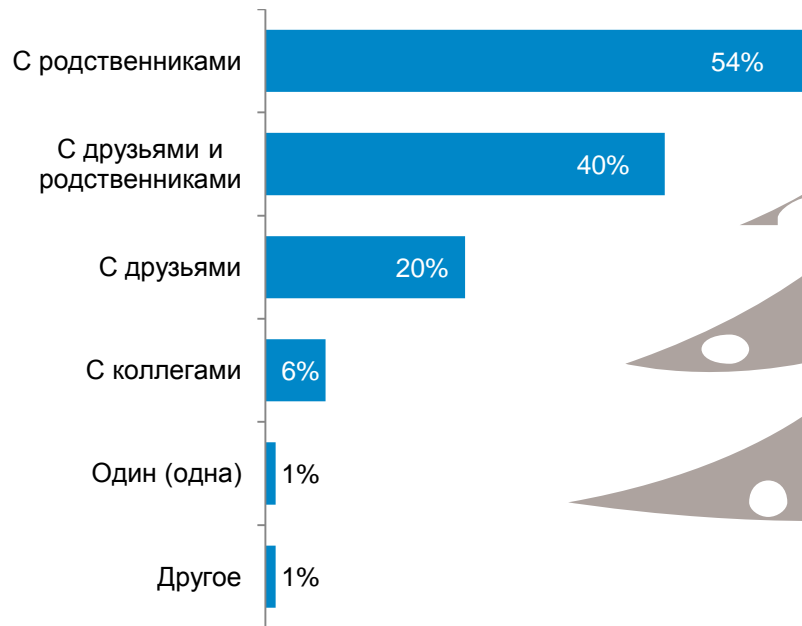


Источник: онлайн опрос, N = 1000, ноябрь 2014 г.

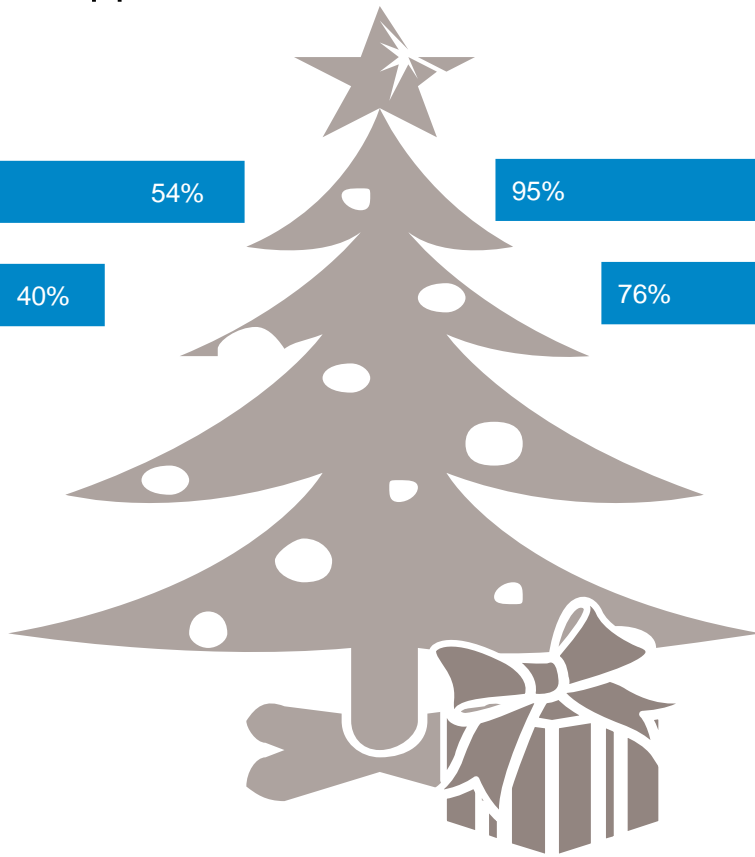
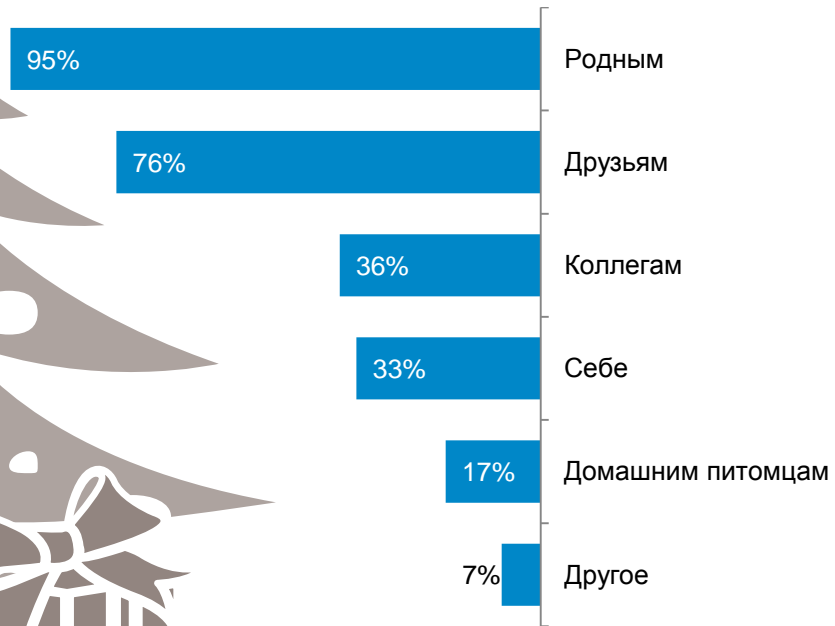
GfK | New Year Preparation | January 2015

Планирование Нового года

С кем встречать?



Кому дарить подарки?



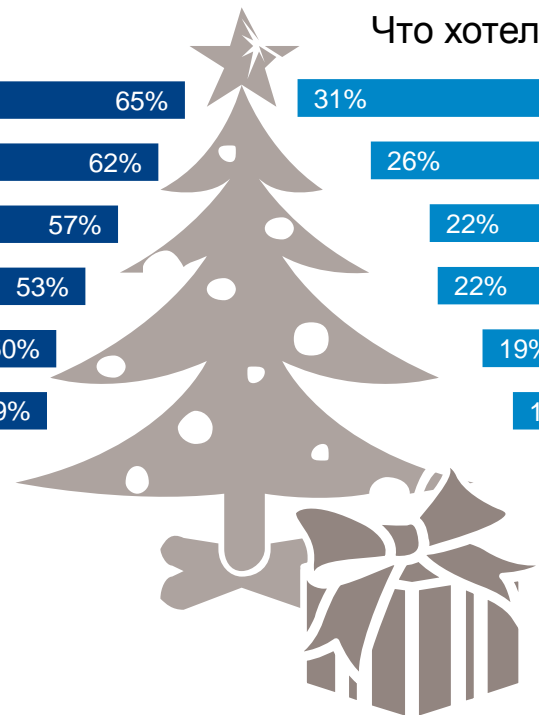
Категории подарков (Топ-10)



Что планируют подарить?



Что хотели бы получить от Деда Мороза?



Средние затраты на подарки: **2015 г. – 13 600 руб. (2014 г. – 12 140 руб.)**




Источник: онлайн опрос, N = 1000, ноябрь 2014 г.

GfK | New Year Preparation | January 2015

Главный вопрос Нового года – «Где найти подарки?».

Ответ на него ищут в Интернет или в магазинах.



		Друзья/ родственн ики	Интернет	Магазины	Советы професси оналов	Спец. Журналы
Где найти подарки?	 97%	9%	62%	71%	3%	4%
Где найти новогодние украшения?	 91%	10%	47%	69%	3%	5%
Что приготовить на Новый год?	 88%	43%	68%	20%	3%	6%
Где найти информацию о мероприятиях?	 86%	21%	85%	-	7%	23%
Где провести Новогодние праздники?	 81%	51%	63%	-	10%	11%
Где найти костюмы?	 75%	11%	64%	57%	4%	5%
Где провести Новогоднюю ночь?	 73%	71%	48%	-	5%	7%

- Интернет является основным источником информации при подготовке к Новому году, обычные магазины используются также часто для покупки подарков.
- Тем не менее, люди больше полагаются на своих друзей и родственников, когда дело доходит до места празднования.



Отношение к Новогодним праздникам



Поведение во время новогодних праздников



Потребительские настроения накануне Нового 2015 года

Новый год – время встречи с друзьями и родственниками.

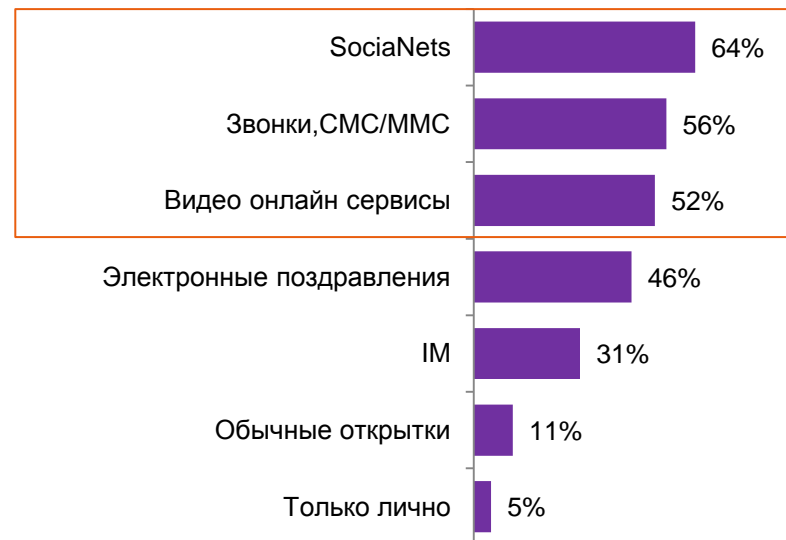
Однако социальные сети (64%), мобильное общение (56%) и он-лайн видеосервисы (52%) используются также достаточно часто.



Активности



Общение (кроме личного)



ТВ до сих пор вне конкуренции. 78% респондентов будут смотреть его в Новогодние праздники. Предпочтительные киножанры – комедии и классика советского кино. Любимый фильм – «Ирония судьбы..»



Источник: онлайн опрос, N = 1000, ноябрь 2014 г.

Телевизор может быть заменен интернетом.

Отказавшись от ТВ, более половины респондентов (56%) проведут праздники он-лайн. Если же отказываться не нужно, 61% респондентов проведет 1 января у голубых экранов.



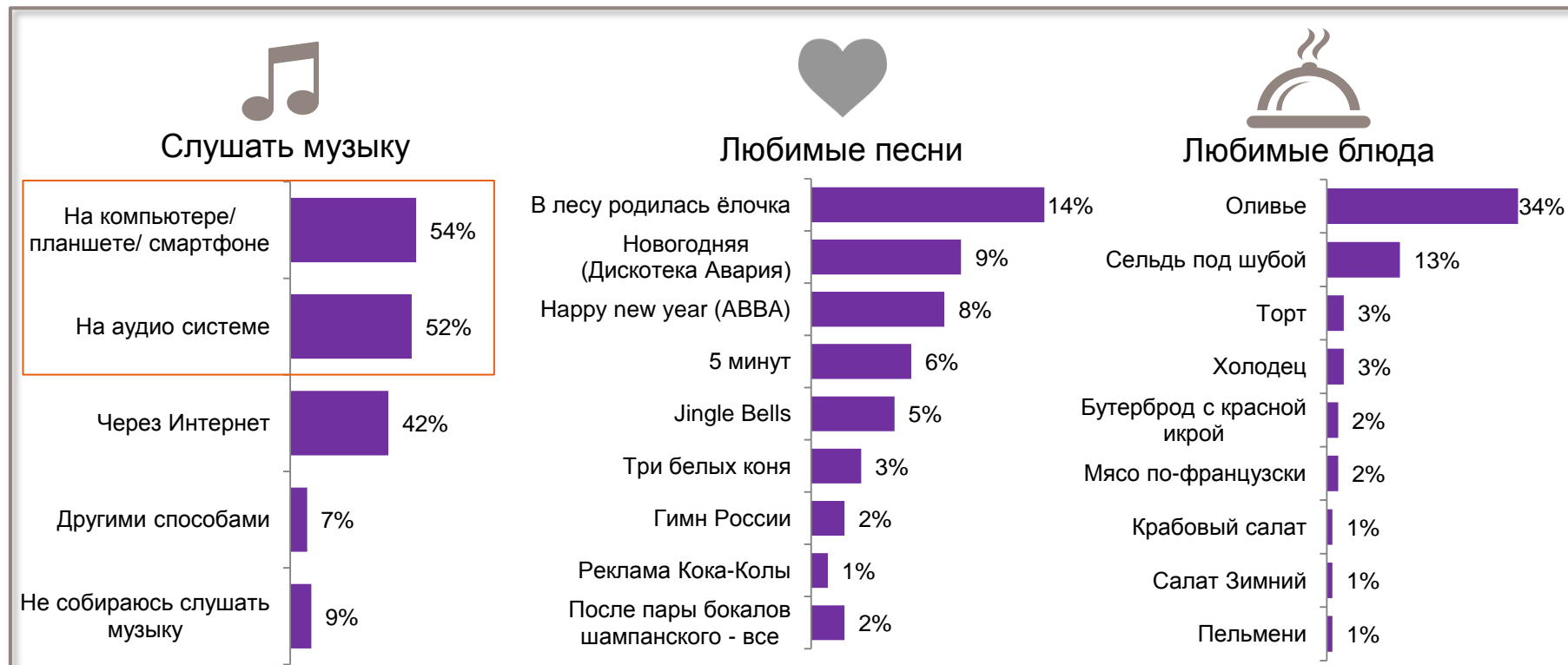
Вместо телевизора



Занятия 1го Января



Ну и какой Новый год без музыки и салата оливье?





Отношение к Новогодним праздникам

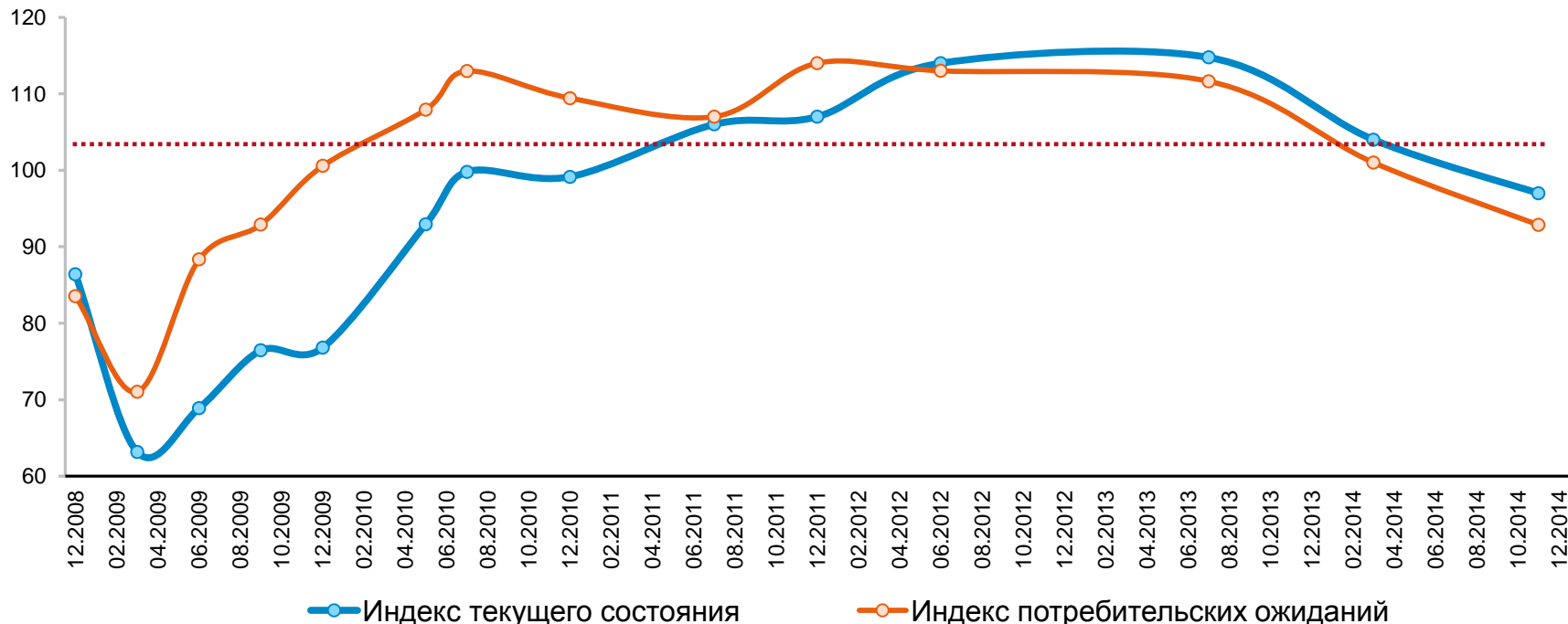


Поведение во время новогодних праздников



Потребительские настроения накануне Нового 2015 года

С марта 2014 г. россияне стало негативно оценивать свое текущее состояние. В ноябре негатив усилился. А вот ожидания начали постепенно снижаться еще в июне 2012 г.



Для волн мониторинга посчитаны составляющие ИПН: индекс текущего состояния (ИТС) и индекс потребительских ожиданий (ИПО). Хорошо видно, что в 2012 году индекс ожиданий опустился ниже уровня индекса текущего состояния. В 2014 году продолжил снижение.

Источник: ГфК-Русь Омнибус; n=2200; % от всего населения

Индекс потребительских настроений впервые с конца 2009 г. вошел в «красную» зону. Но показатель выше, чем в 2008-2009 г.г.



Динамика Индекса потребительских настроений

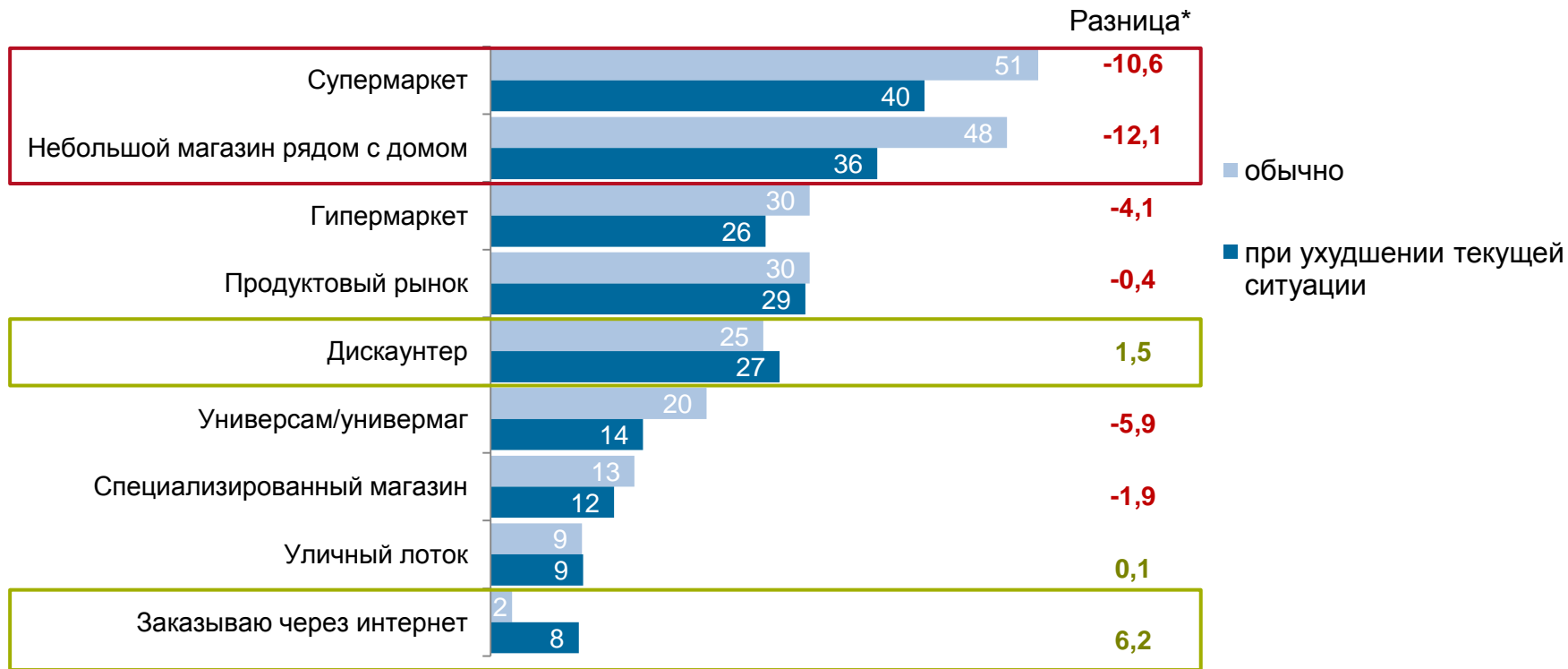
	2001	2005	2007	май.08	дек.08	мар.09	июн.09	сен.09	дек.09	июл.10	дек.10	июл.11	июн.12	июл.13	мар.14	ноя.14
Россия	92	109	116	116	85	68	81	86	91	108	106	107	113	113	102	95
Городское	93	110	117	115	81	68	82	86	91	105	106	108	112	112	102	95
Сельское	90	107	112	116	96	67	77	87	92	114	106	104	118	115	103	92
Москва	99	118	130	113	101	79	96	93	91	111	130	116	103	124	114	109

Индекс Потребительских Настроений	95
Индекс Текущего Состояния	97
Индекс Потребительских Ожиданий	93

- Отрицательный индекс
- Положительный индекс

Источник: ГфК-Русь Омнибус, n=2200; % от всего населения

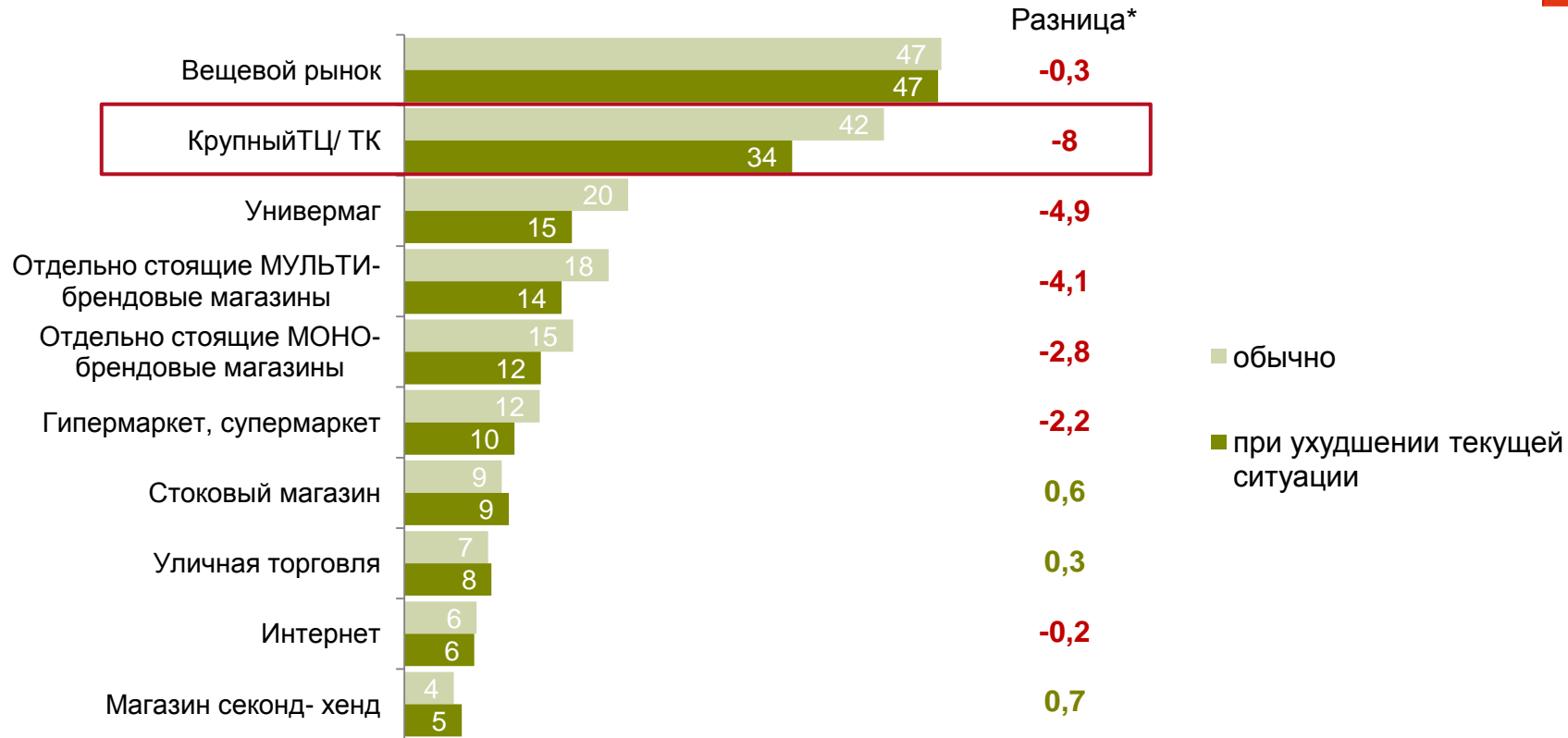
Обычно FMCG товары покупают в супермаркетах и небольших магазинах рядом с домом. Но при ухудшении ситуации преимущество получают онлайн магазины (рост на 6 п.п.) и дискаунтеры (рост 1,5 п.п.)



Источник: ГфК-Русь Омнибус; n=2200; % от всего населения

* Разница = покупка при ухудшении ситуации – покупка обычно (в процентах)

Одежда и обувь: при ухудшении ситуации потребители, прежде всего, сократят покупку этой категории в торговых центрах



Источник: ГфК-Русь Омнибус; n=2200; % от всего населения

GfK | New Year Preparation | January 2015

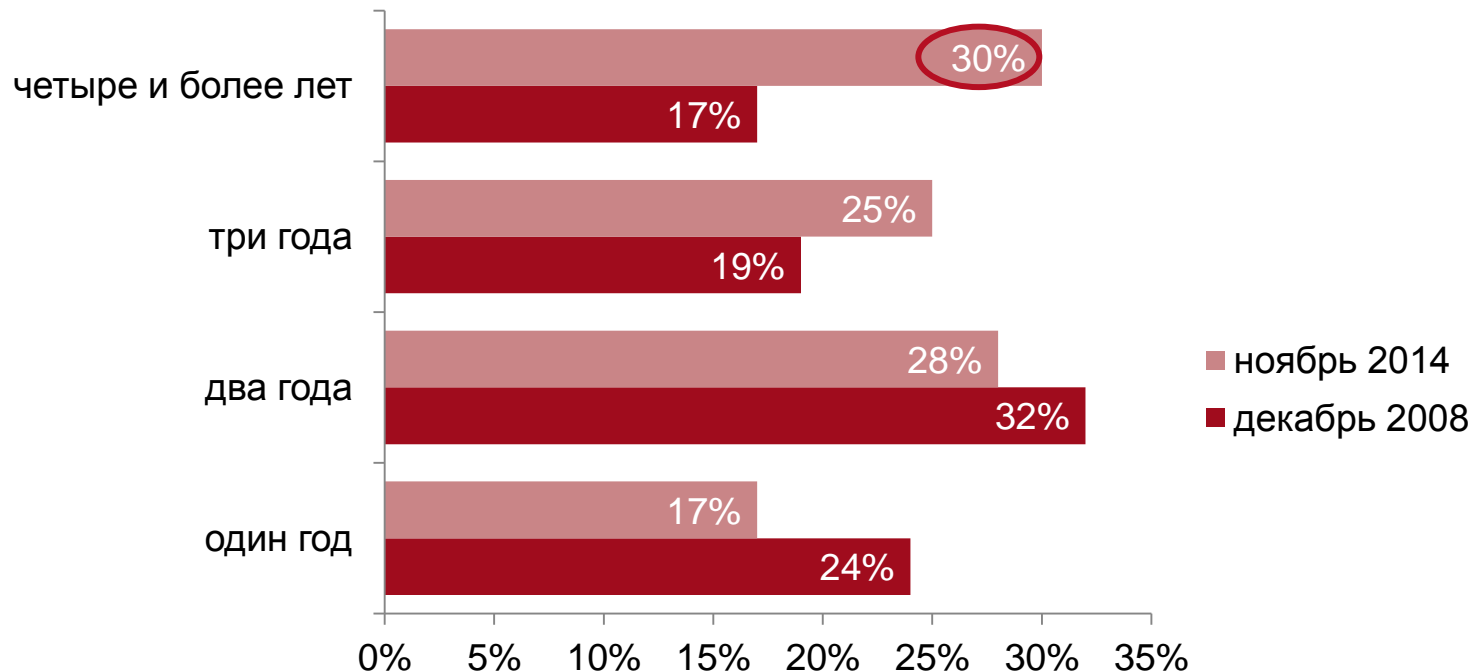
* Разница = покупка при ухудшении ситуации – покупка обычно (в процентах)

49% пока не сократили свои расходы. Однако 68% планируют сделать это. Прежде всего, сокращение коснется покупки одежды и обуви, развлечений, мебели и товаров для обустройства дома, бытовой техники и электроники



Источник: ГфК-Русь Омнибус; n=2200; % от всего населения

Подавляющее большинство респондентов считает, что последствия текущей ситуации в нашей стране продлятся от 2 до 4 лет



Источник: ГфК-Русь Омнибус; n=2200; % от всего населения

И в заключении...

Новый 2015 год россияне встретили с более пессимистичным настроением, чем последние 3 года



Ажиотажный спрос на бытовую технику и электронику в декабре на фоне резкого падения рубля. Что дальше? Стагнация, падение?

Что дальше???

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!