

Изменение  
потребительских  
предпочтений и  
настроений



ДЕЛФИ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ  
КОМПАНИЯ

## В мире: угроза мирового экономического кризиса

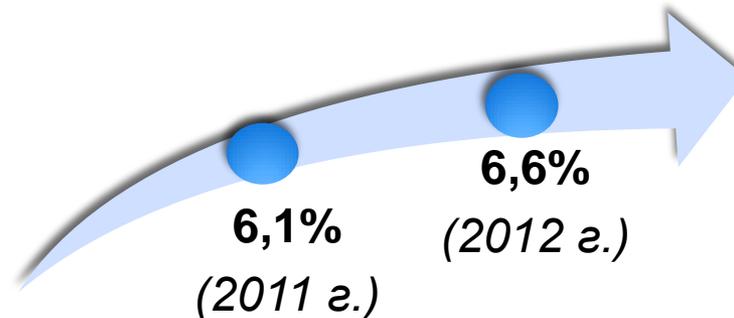


Макроэкономическая статистика свидетельствует о замедлении экономического роста

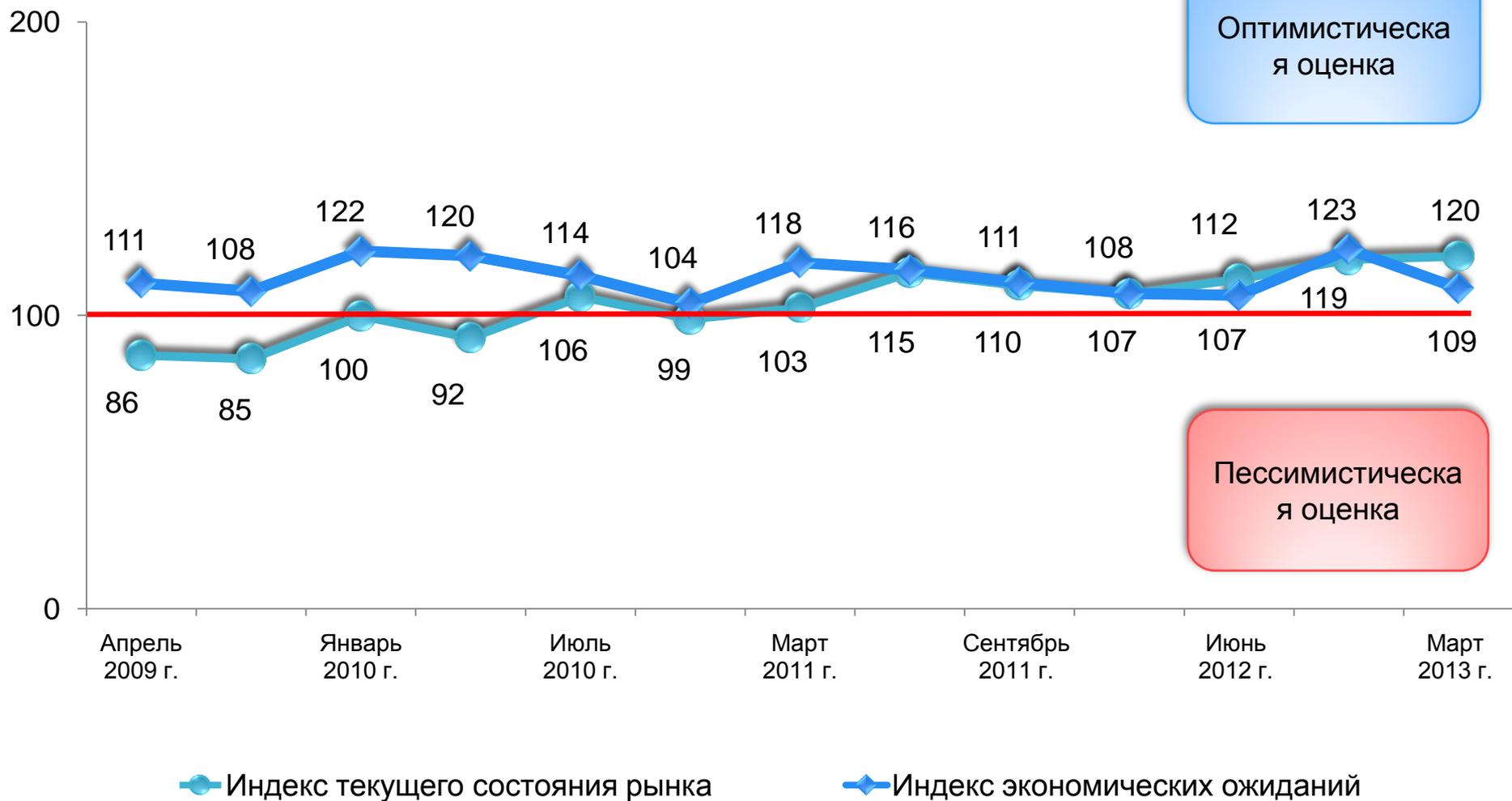
## В России:



## **Рост потребительских цен**



Снижение потребительского спроса и розничного товарооборота



Изменение объемов  
*мирового* розничного  
рынка

5,3%  
(2010 г.)

5,1%  
(2011 г.)

Изменение объемов  
*российского* розничного  
рынка

7,2%  
(2011 г.)

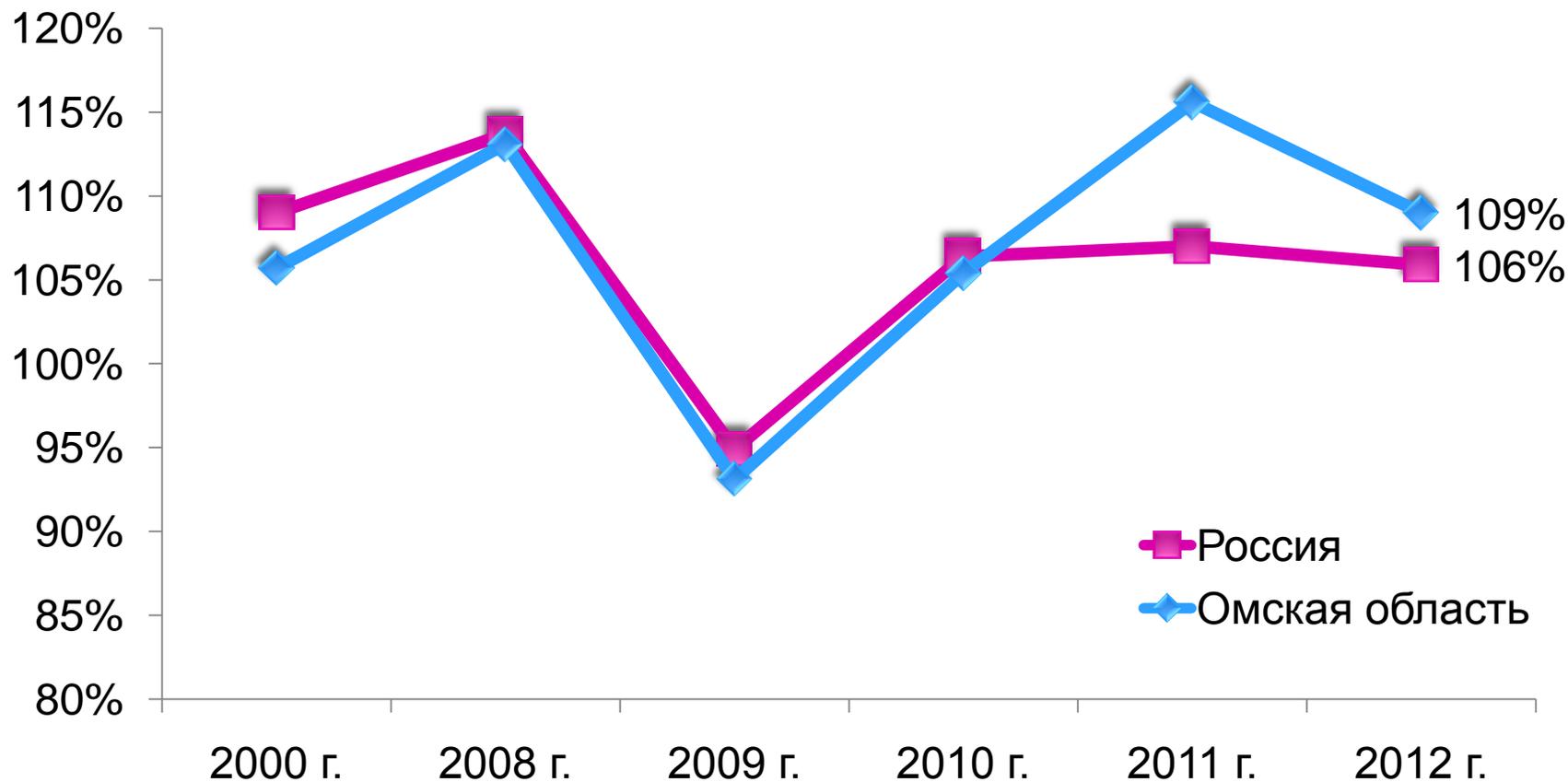
5,9%  
(2012 г.)

Ускорение инфляции

6,1%  
(2011 г.)

6,6%  
(2012 г.)

Динамика оборота розничной торговли  
– в сопоставимых ценах  
(в процентах к предыдущему году)



*И это на фоне:*

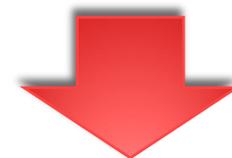
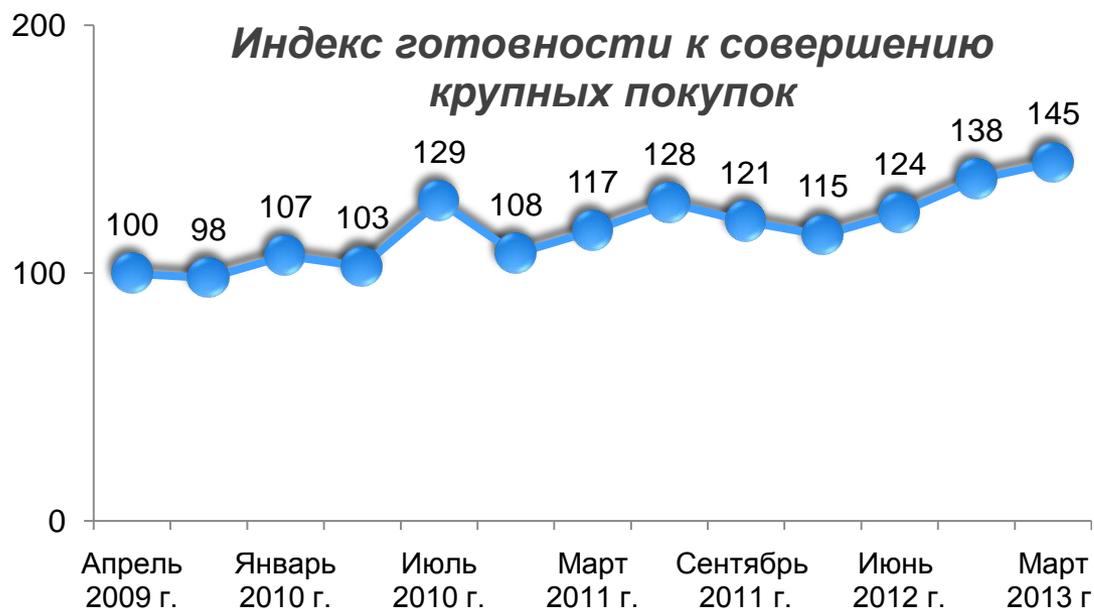


**Реальные располагаемые денежные доходы населения России за первые два месяца 2013 года увеличились на 3,5% по сравнению с январем-февралем прошлого года.**

**В феврале по сравнению с январем этого года доходы выросли на 30,7%, а по сравнению с февралем 2012 года – на 5,7%.**

**В ожидании экономического спада омичи готовы тратить на крупные покупки**

**По стране в целом меняется структура товарооборота**



Основным источником замедления динамики розничной торговли являются продовольственные товары. Спрос на товары длительного пользования, напротив, растет.

Насыщение  
спроса  
наиболее  
платеже-  
способных  
потребителей



Смещение  
основных трат  
в сторону  
нематериаль-  
ных благ  
(хобби, путеше-  
ствия, здоровь  
е)



- Создавать  
уникальный  
формат, продукт,  
ценность



**Тренд**

Рационализи-  
я потребления



«цена-  
качество»



- Развитие  
ассортимента в  
низком ценовом  
сегменте

**Centro** .



***Потребитель становится более рациональным, для него приобретает особую важность значение «цена и качество».***

**НО!!!!!!**

**Потребитель готов  
переплачивать за  
уникальность, нов  
инки и «здоровье»**

Динамичное развитие отрасли гаджетов стимулирует рост спроса и на других рынках, — считают эксперты, — люди ожидают, что и остальные товары, подобно планшетам и телефонам, начнут обновляться столь же часто и будут столь же “умными”.

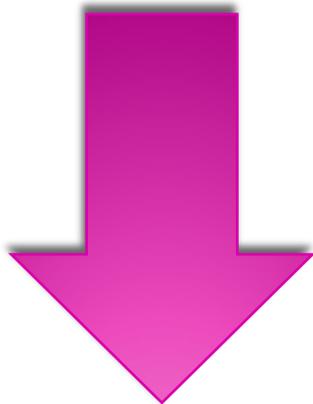
Не готовы  
переплачивать, разница  
в 5 рублей на  
продукты питания  
ощутима

Повышенные  
требования к  
качеству  
продукта

*Рынок делится не только по доходу, но и по мировоззренческим установкам. Появился сегмент потребителей с повышенным вниманием к здоровым продуктам.*



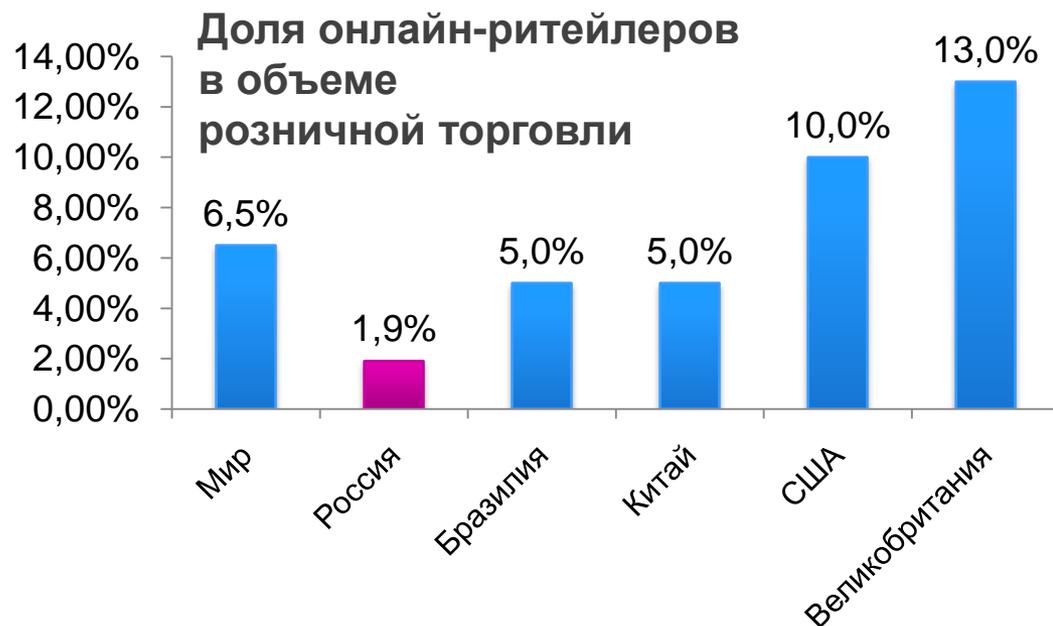
Небольшие магазины



Гипермаркеты



**Тренд: развитие уникальных форматов торговли**



## Будущее за сочетанием «онлайн» и «оффлайн» форматов

- **Шоу-румы:** салоны, где можно ознакомиться с товаром перед его заказом

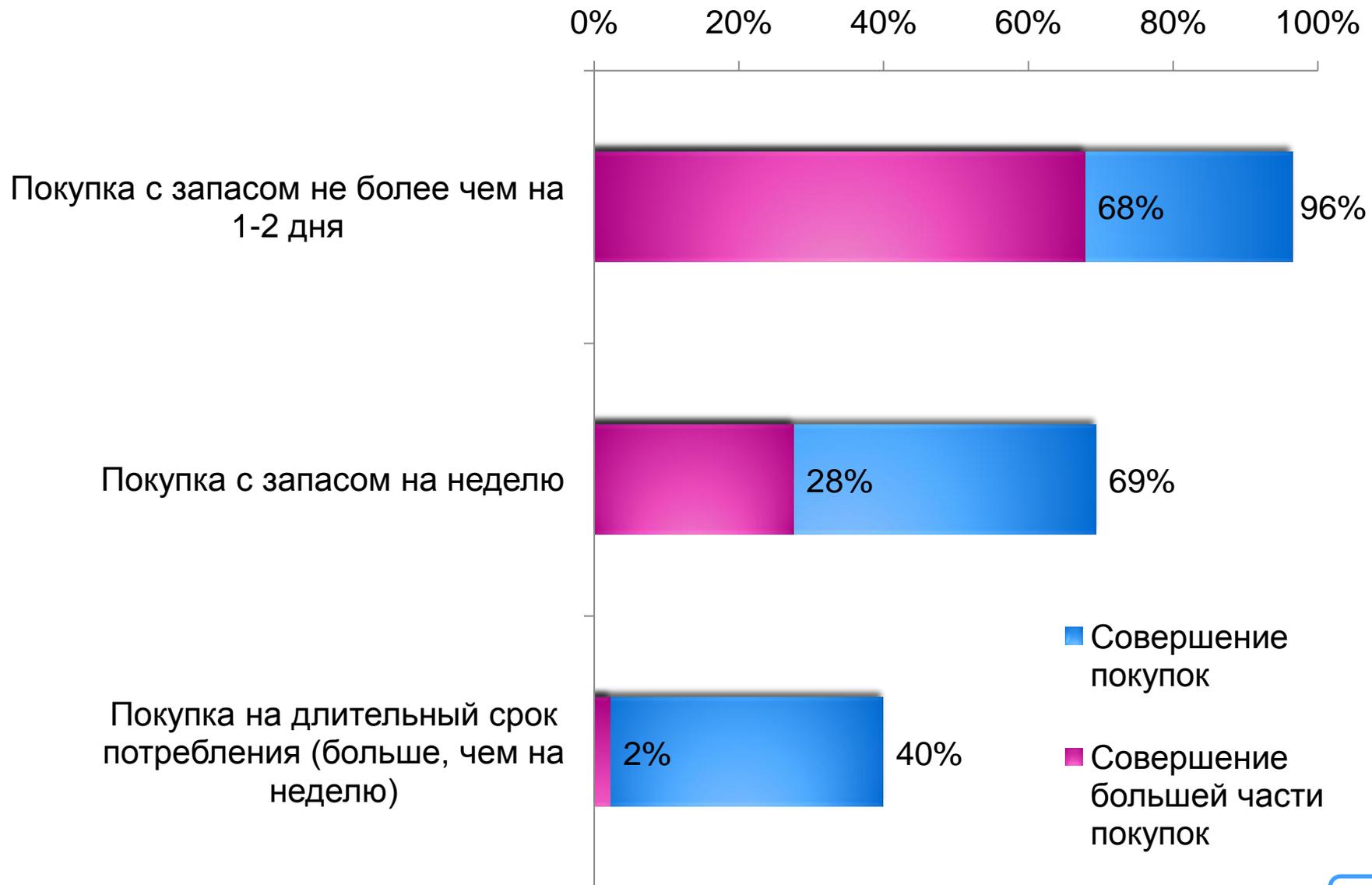


- **Онлайн-гипермаркеты с доставкой товара в магазин**



- **Digital-приемы:** виртуальная онлайн-примерочная и др.





# Предпочитаемый тип магазинов

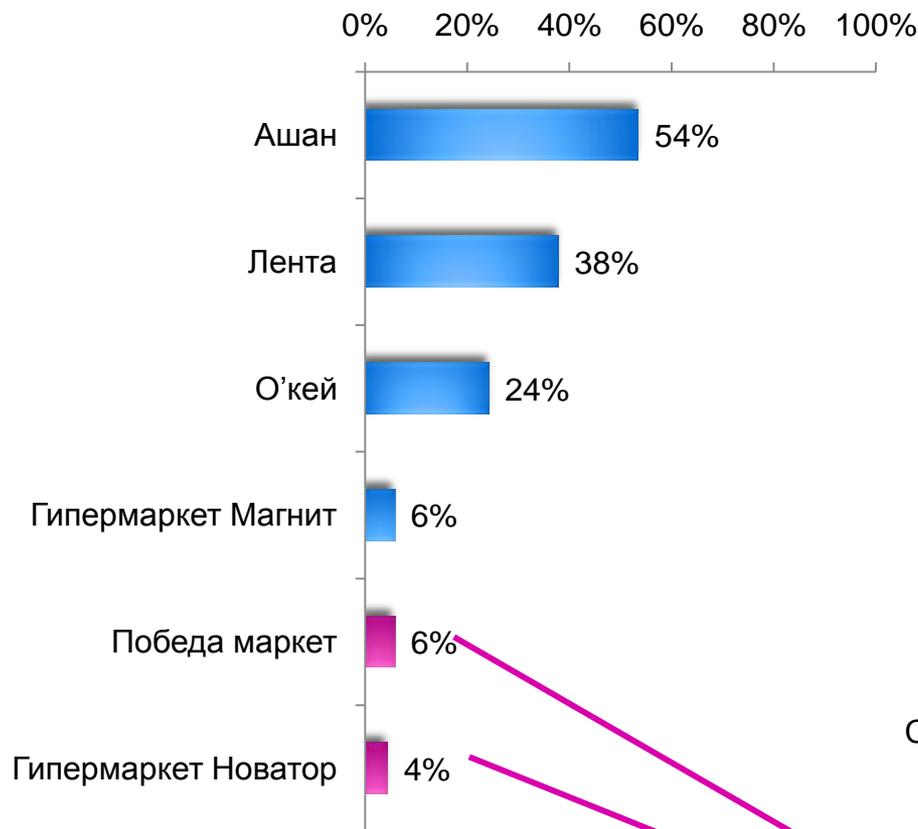


# Критерии выбора магазинов

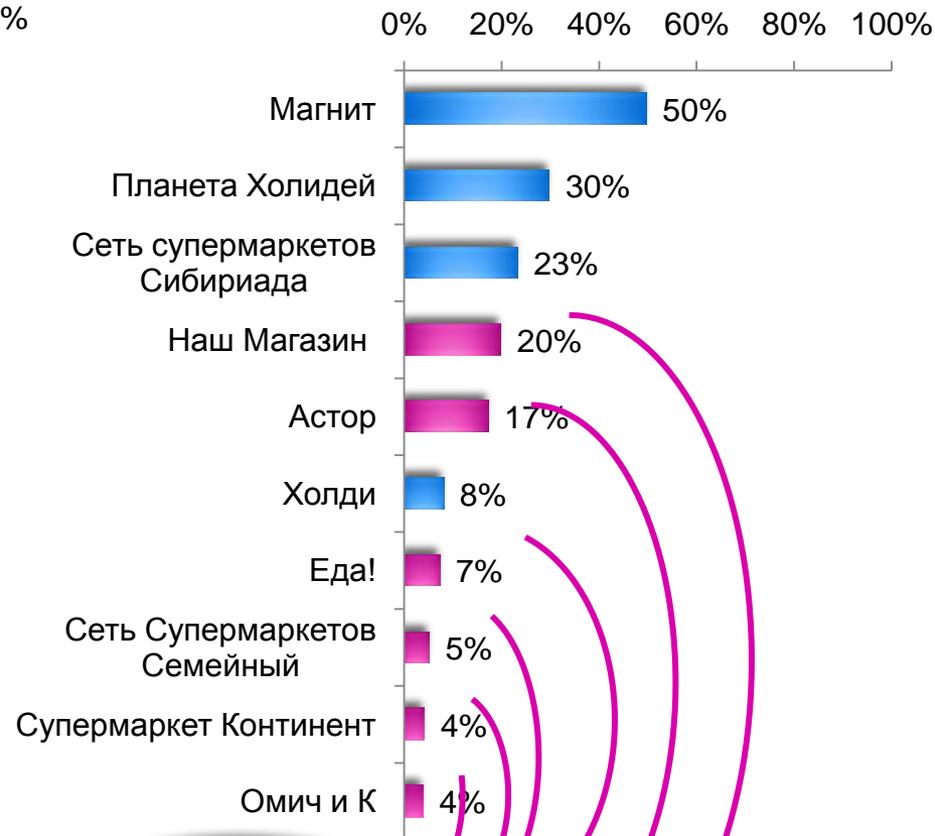


# Экспансия федеральных сетей

## Гипермаркеты



## Супермаркеты



**Омск:** доля посетителей торговых точек среди участников исследования (посещали хотя бы 1 раз)

*Для местных ритейлеров как выход – создание уникальных форматов и кооперация .*



## Будущее за сочетанием «онлайн» и «оффлайн» форматов

- Корзинка (Алтай), Парфюм-Лидер (Омск)-технология бизнес-процессов.

- **Онлайн-гипермаркеты** с доставкой товара в магазин



- **Дизайн-студии:** формат для ремесленников, продукт которых уникален, создается в единственном экземпляре

- **Парфюмерные магазины,** в которых покупатель может протестировать качество продукта

- **Шоу-румы:** салоны, где можно ознакомиться с товаром перед его заказом

## Создание уникальной атмосферы

- **Стиль жизни**
- **«я хочу такую жизнь».**  
**ИКЕЯ**

- **Использование высоких технологий**



- **Улучшенная обстановка  
магазинов массового  
сегмента**

- Парфюмерные магазины, в которых покупатель может протестировать качество продукта

- Дизайн-студии: формат для ремесленников, продукт которых уникален, создается в единственном экземпляре



## *Задача 1: сокращение издержек*



общие  
логистические  
центры

совместные  
кредиты

объединение рекламных  
бюджетов и/или  
параллельный маркетинг

## *Задача 2: установление бизнес-контактов и защита отрасли от новых конкурентов*



Проведение  
отраслевых  
конференций и  
съездов

Разработка  
неформальных  
отраслевых кодексов  
ведения бизнеса

# Спасибо

По всем возникшим вопросам обращайтесь:

**Исследовательская компания «Делфи»**

Адрес: г.Омск, пр. К. Маркса, дом 18/22, 6  
этаж

Телефон: (3812) **481-005, 483-909, 470-320**

E-Mail: [research@delfi2000.ru](mailto:research@delfi2000.ru)

Директор Климанова Евгения