



Торговые сетевые магазины: отношение и выбор россиян

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ



Москва, 2017

Ежедневный опрос «ВЦИОМ-Спутник» 14-15 апреля 2017 г.



Метод: телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров



Выборка: построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Опрошено 1200 человек



Ошибка выборки: не превышает 3,5%



Период проведения опроса: 14-28 апреля 2017 г.

ЦСП «Платформа»

Фокусированные групповые интервью – 6 (Москва, Краснодар, Екатеринбург).
Экспертные интервью – 10 (чиновники, аналитики, представители СМИ, представители торговых сетей и производителей).

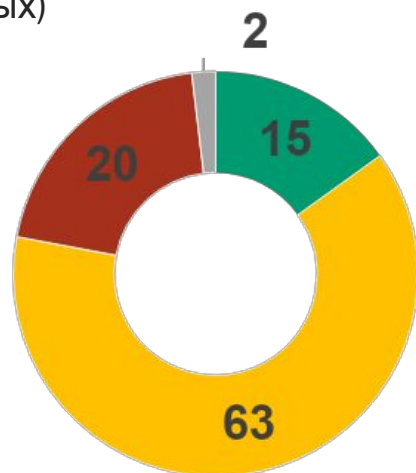


ГДЕ И КАК ПОКУПАЕТ ПРОДУКТЫ
НАСЕЛЕНИЕ?

Оценка материального положения

Как бы Вы оценили в настоящее время материальное положение Вашей семьи?

(Закрытый вопрос, один ответ, в % от числа опрошенных)



- Очень хорошее, хорошее
- Среднее
- Очень плохое, плохое
- Затрудняюсь ответить

К какой из следующих групп населения Вы скорее могли бы себя отнести?

(Закрытый вопрос, один ответ, в % от числа опрошенных)

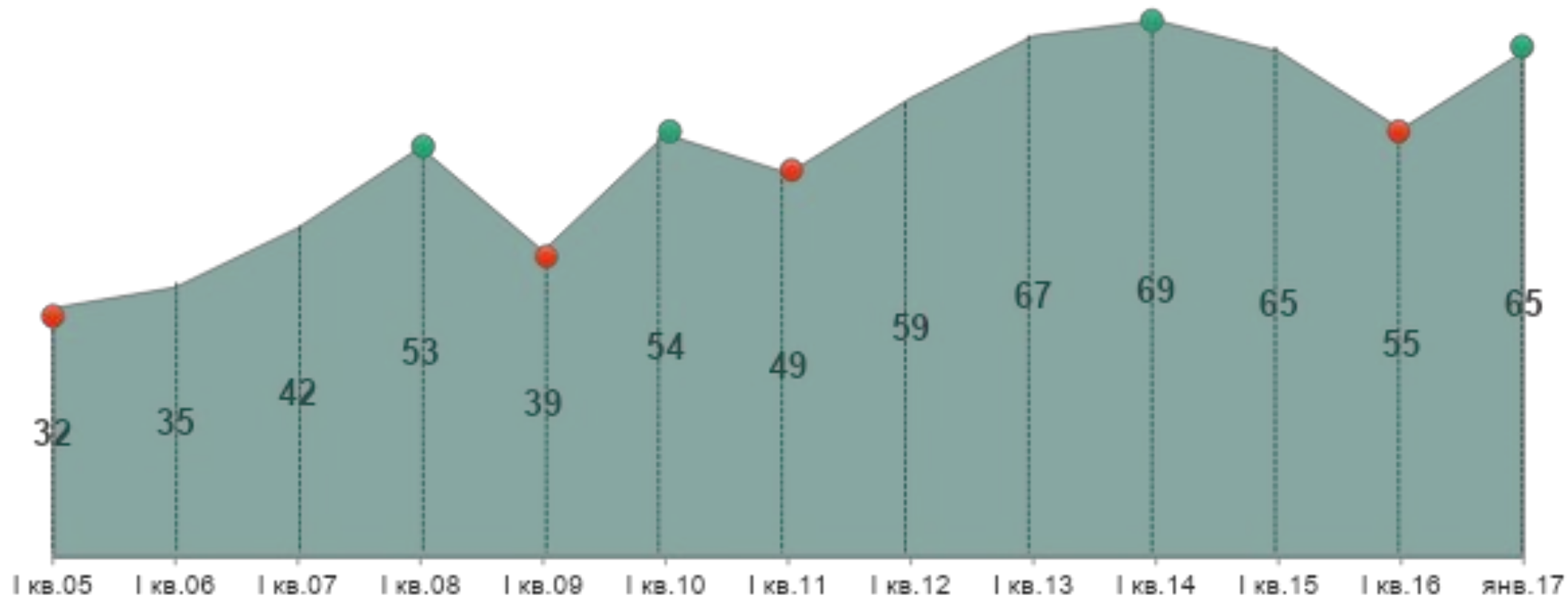


Динамика оценки материального положения



Индекс «Как бы Вы оценили в настоящее время материальное положение Вашей семьи?»

$I_{ч} = S$ положительных и средних оценок - S отрицательных оценок

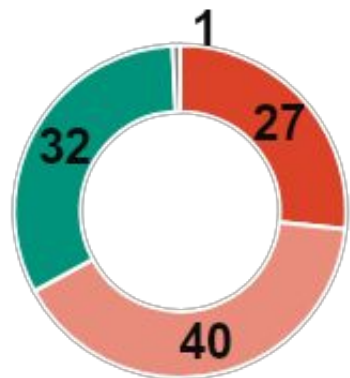


Более половины россиян экономят на продуктах питания



Стали ли Вы/Ваша семья за последний год больше экономить на продуктах?

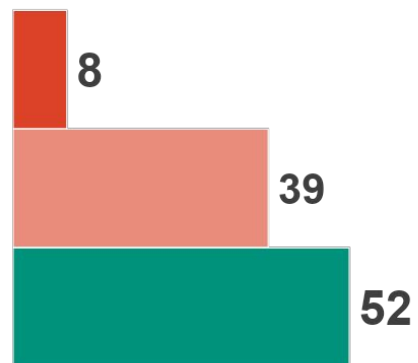
(Закрытый вопрос, один ответ, в %)



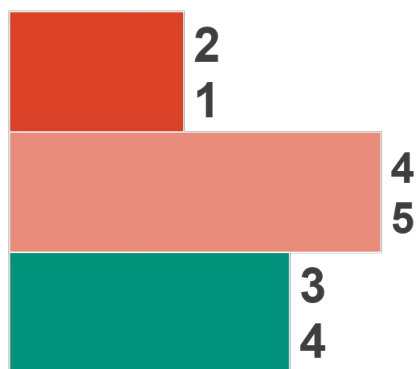
- Да, существенно экономим на продуктах
- Да, экономим на продуктах, но незначительно
- Нет, не экономим на продуктах
- Затрудняюсь ответить

Распределение ответов в зависимости от оценки респондентами своего материального положения (в %)*

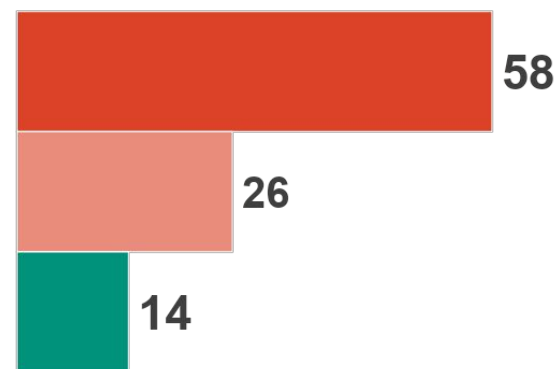
ХОРОШЕЕ И ОЧЕНЬ ХОРОШЕЕ МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



СРЕДНЕЕ МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



ПЛОХОЕ И ОЧЕНЬ ПЛОХОЕ МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



*Данные приводятся без варианта «Затрудняюсь ответить».



Сетевые магазины – основное место покупки продуктов



Где Ваша семья покупает большую часть продуктов питания первой необходимости (хлеб, молочные продукты, крупы, макароны, мука и т.п.)?*

(Закрытый вопрос, до двух ответов, в % от числа опрошенных)



СЕТЕВЫМИ МАГАЗИНАМИ ЧАЩЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ:

- Работающая молодежь (25-34 года) – **70%**
- Жители Москвы и Санкт-Петербурга - **86%**
- Жители городов с населением от 500 тыс. до 1 млн – **72%**

*Данные приводятся без варианта «Затрудняюсь ответить». Среднее значение варианта «Затрудняюсь ответить» составляет 0,4%

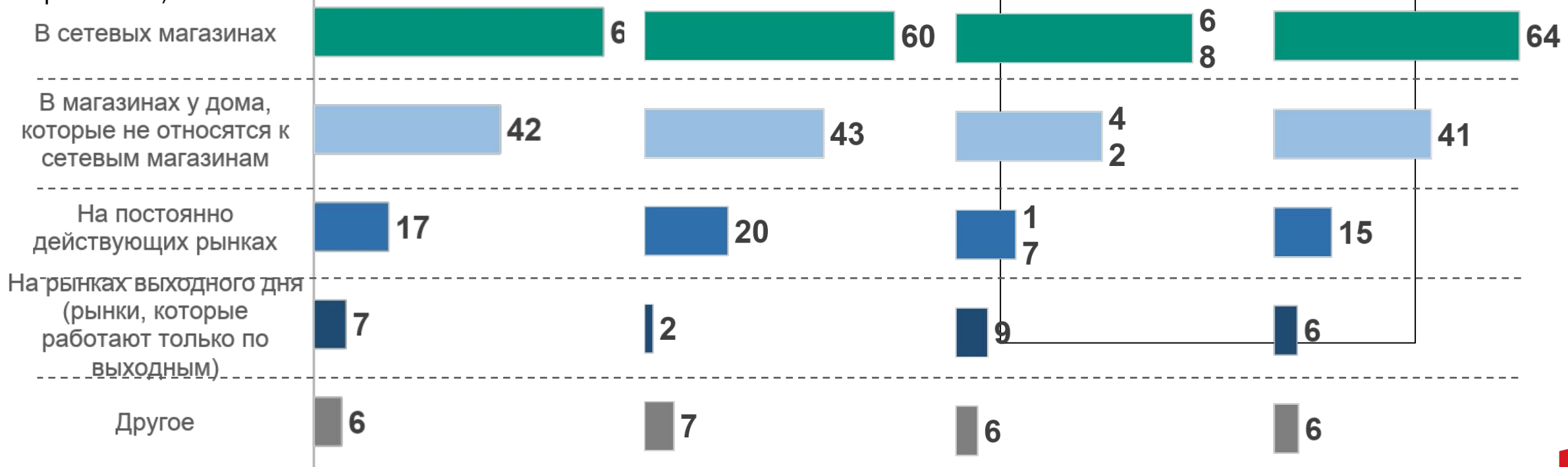


Сетевые магазины чаще предпочитают менее обеспеченные респонденты



Где Ваша семья покупает большую часть продуктов питания первой необходимости (хлеб, молочные продукты, крупы, макароны, мука и т. п.)?

(Закрытый вопрос, до двух ответов, в % от числа опрошенных)*



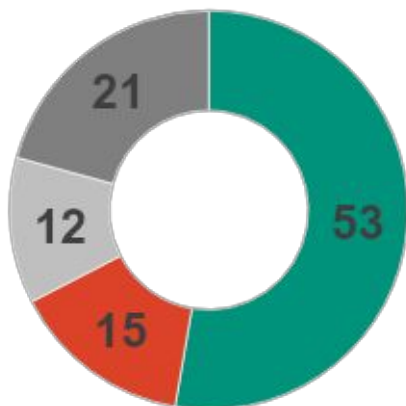
*Данные приводятся без варианта «Затрудняюсь ответить». Среднее значение варианта «Затрудняюсь ответить» составляет 0,4%



Важный фактор выбора сетевых магазинов - цена

В сетевых магазинах цены на продукты питания первой необходимости (хлеб, молочные продукты, крупы, макароны, мука и т.п.) выше или ниже, чем в несетевых магазинах?

(Закрытый вопрос, один ответ, в % от числа опрошенных)



- Ниже, чем в несетевых магазинах
- Выше, чем в несетевых магазинах
- Не могу ответить на вопрос, никогда не был (а) в сетевом супермаркете, сетевом магазине
- Затрудняюсь ответить

ЧАЩЕ УТВЕРЖДАЮТ, ЧТО В СЕТЕВЫХ МАГАЗИНАХ ЦЕНЫ НИЖЕ:

- Люди с плохим материальным положением – 59%

ЧАЩЕ УТВЕРЖДАЮТ, ЧТО В СЕТЕВЫХ МАГАЗИНАХ ЦЕНЫ ВЫШЕ:

- Молодежь (18-24 года) - 37%
- Жители крупных городов (500-950 тыс. человек) – 25%

Причины выбора сетевых магазинов: комфорт и возможность сэкономить



Назовите две наиболее важные причины, по которым Вы покупаете продукты в сетевых магазинах?

(Закрытый вопрос, до двух ответов, в %)



НАЛИЧИЕ ШИРОКОГО АССОРТИМЕНТА ВАЖНЕЕ ДЛЯ:

- Студентов - **70%**
- Людей с хорошим материальным положением - **72%**

СКИДКИ, АКЦИИ ПО СНИЖЕНИЮ ЦЕН ВАЖНЕЕ ДЛЯ:

- Жителей городов-миллионников – **55%**
- Людей с плохим материальным положением – **49%**



Параметры выбора продовольственных магазинов



Какие параметры наиболее важны для Вас при оценке продовольственных магазинов? (Закрытый вопрос, до четырех ответов, в %)

РЕСПОНДЕНТЫ, СУЩЕСТВЕННО ЭКОНОМЯЩИЕ НА ПРОДУКТАХ ПИТАНИЯ

РЕСПОНДЕНТЫ, НЕ ЭКОНОМЯЩИЕ НА ПРОДУКТАХ ПИТАНИЯ

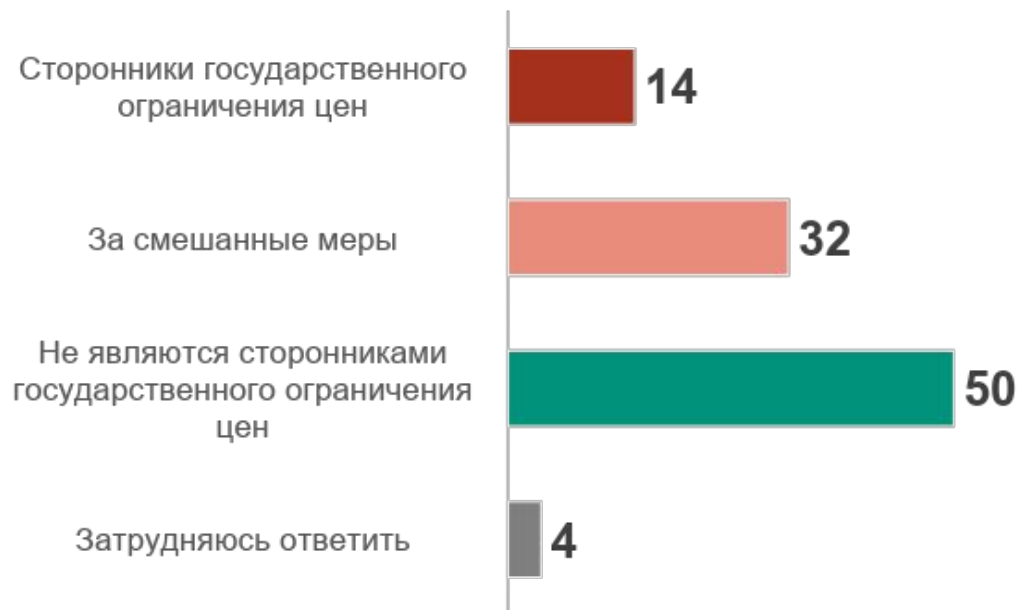


ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Меры поддержки малообеспеченных



Отношение населения к мерам поддержки малообеспеченных, в % от всех опрошенных



Лучше жесткие цены и хороший ассортимент. Но раз так не бывает, тогда лучше хороший ассортимент. (ФГ 5, Краснодар)

Мнения разделились, и это типичная ситуация для российского общества.

Усиление одной из позиций приведет к активному отторжению среди сторонников противоположного мнения.

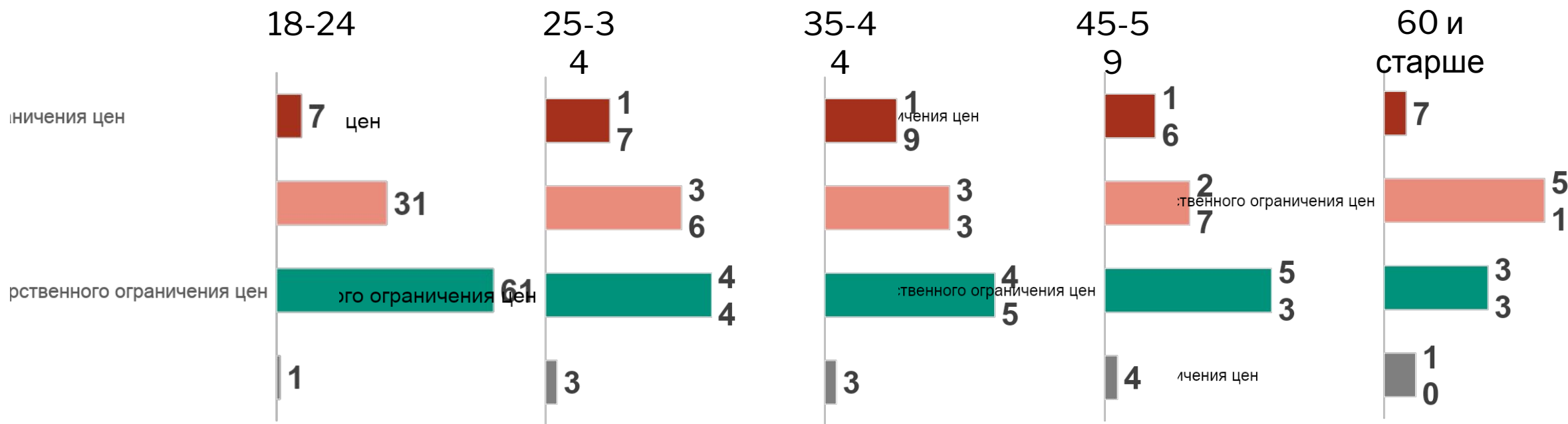
Вне зависимости от методик подсчета, группа жестких сторонников ограничения цен не превышает четверти респондентов.

За смешанные меры. Не отрицают государственного ограничения цен как инструмента, но не считают его безальтернативным (альтернативы - скидки пенсионерам, государственные доплаты, предоставление магазинами более широких скидок, акций).

Меры поддержки малообеспеченных в разных возрастных группах



Отношение населения к мерам поддержки малообеспеченных, в % от всех опрошенных
 Распределение ответов в зависимости от возраста респондентов (в %)



Последствия государственного ограничения цен



Сейчас обсуждается идея государственного ограничения цен на продукты питания. Если эта идея будет принята, к каким последствиям это приведет в первую очередь?

(Закрытый вопрос, до двух ответов, в % от числа опрошенных)



Противоречивость сознания: с одной стороны, желание иметь низкие цены, с другой, нежелание мириться с последствиями ограничения цен.

12% от всех опрошенных понимают, что государственное ограничение цен **приведет к дефициту** – тем не менее, они выбирают именно эту меру помощи малообеспеченным. **25%** от всех опрошенных понимают, что государственное ограничение цен **приведет к закрытию части магазинов** - и тем не менее, выбирают именно эту меру помощи малообеспеченным.

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ



Последствия государственного ограничения в различных возрастных группах



Сейчас обсуждается идея государственного ограничения цен на продукты питания. Если эта идея будет принята, к каким последствиям это приведет в первую очередь?

(Закрытый вопрос, до двух ответов, в % от числа опрошенных)

Распределение ответов в зависимости от возраста респондентов (в %)*



Опасения по поводу дефицита продуктов распространены во всех возрастных группах. Реже их высказывают респонденты 60+, но и в этой группе опасения высоки. Личной выгоды от госрегулирования цен ожидает каждый четвертый респондент. Данные по этому показателю не отличаются значительно от среднего значения по выборке среди респондентов разного возраста, материального положения, проживающих в различных типах населенных пунктов.

*Данные приводятся без вариантов «Затрудняюсь ответить», «Ничего не изменится».



Последствия государственного ограничения цен. Фокус-группы.



Население чаще прибегает к экономии, но агрессии в отношении торговой сферы не выявлено. Патерналистские установки не ведут к спросу на жесткое доминирование государства.

ПОЗИТИВНЫЕ АРГУМЕНТЫ

- Цены будут ниже
- Ускорится оборот, всегда свежая продукция

”
Да, положительно, пусть ограничат. Оборот товара будет быстрее, будет постоянно свежая продукция. (ФГ 3, Екатеринбург)

НЕГАТИВНЫЕ АРГУМЕНТЫ

ДЕФИЦИТ

- Сужение сферы торговли: закроется часть магазинов
- Развернется черный рынок с ростом цен
- Нарушение справедливости: ради защиты одних лишать выбора других

СНИЖЕНИЕ КАЧЕСТВА

Разорение производителя/фермера. Основная нагрузка от ограничения цен ляжет на них
Ограничение принципов рыночной экономики

”
Если надо будет на чем-то сэкономить, то сэкономят, соответственно, на сырье, на качестве. (ФГ 1, Москва)

Дело в том, что нельзя ограничить что-то, не изменив всю систему. На чем они ограничат? На хлеб или молоко? Хорошо, а крестьяне тогда что заработают на этом молоке? Ничего они не заработают! (ФГ 2, Москва)



Готовы ли вы ради сокращения цен на продукты первой необходимости мириться с ...?

(Закрытый вопрос, один ответ по каждому параметру, в % от числа опрошенных)



Ради снижения цен большинство респондентов не готово жертвовать привычным комфортом, ассортиментом и качеством продуктов.

Большая часть населения против изменения режима работы крупных магазинов



Сейчас обсуждается идея ограничения работы супермаркетов в будние дни до 21-00, в субботу – до 16-00, а в воскресенье крупные магазины должны быть закрыты весь день. Как Вы относитесь к подобного рода ограничениям?

(Закрытый вопрос, один ответ, в % от числа опрошенных)



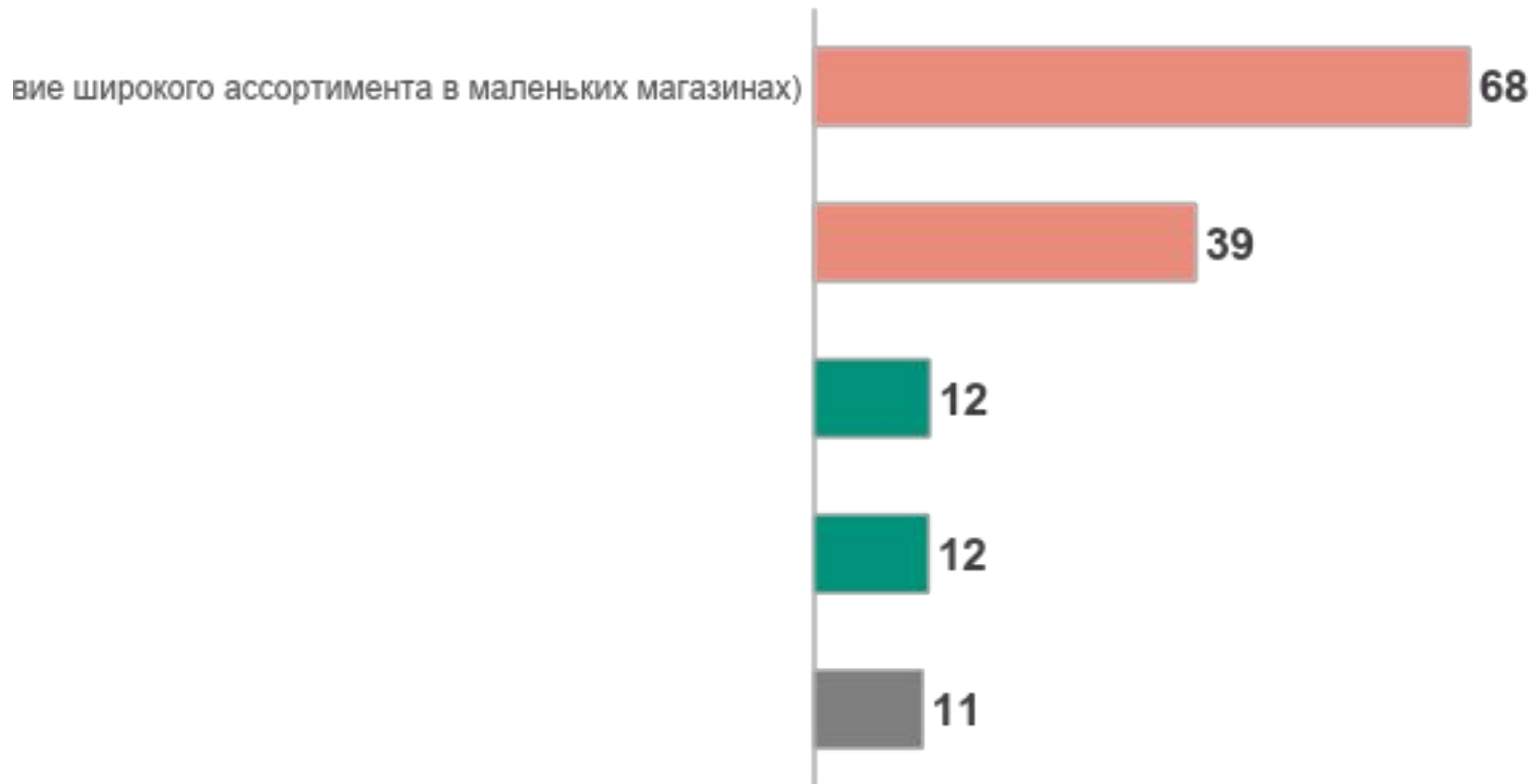
Ответы положительно или скорее положительно чаще выбирают респонденты 60 лет и старше – 26%



Изменения режима работы сетевых магазинов снижает потребительский комфорт



Какое мнение вы разделяете в наибольшей степени, ограничение работы крупных магазинов в выходные дни ... ? (Закрытый вопрос, до двух ответов, в % от числа опрошенных)



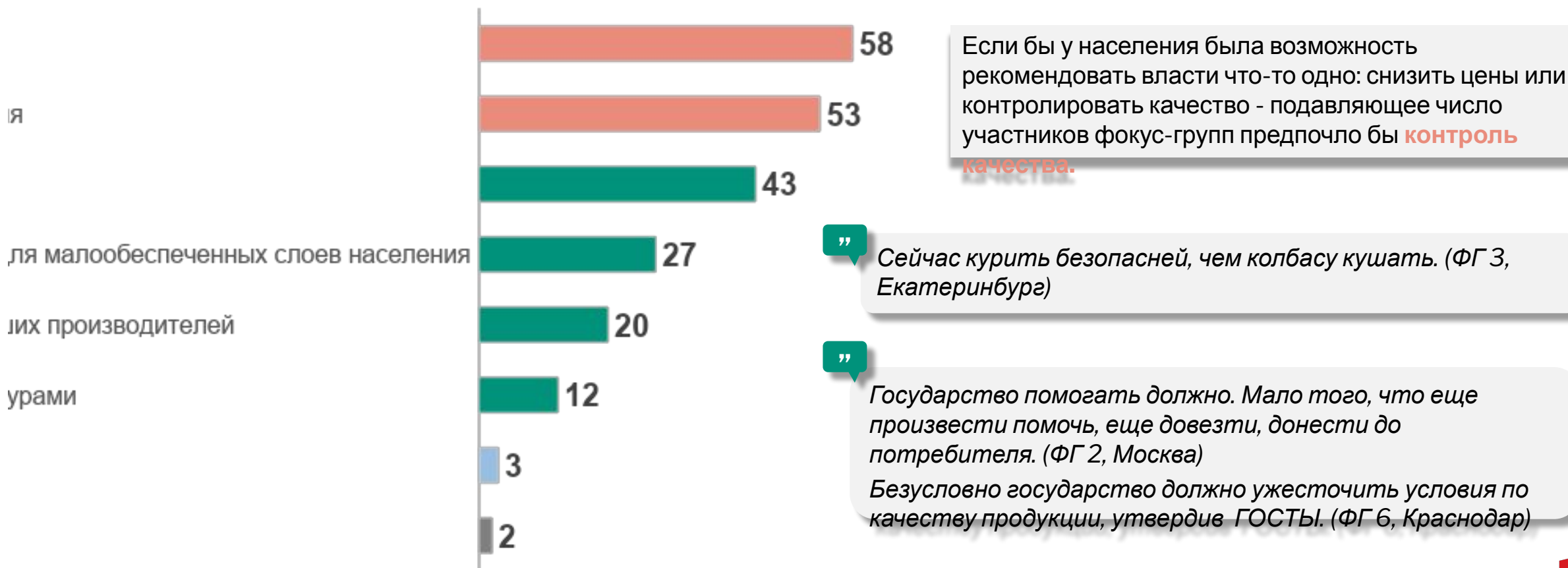
Уровень консьюмеризма в обществе высок. Даже не самое масштабное вмешательство в торговую сферу вызывает негативную реакцию населения. Люди не готовы менять привычные стандарты жизни, жертвуя комфортом, которым измеряют эффективность сферы торговли.



Государство: сфера контроля продовольственного рынка



Что должно обеспечивать государство, регулируя продовольственный рынок? (Закрытый вопрос, до трех ответов, в % от числа опрошенных)



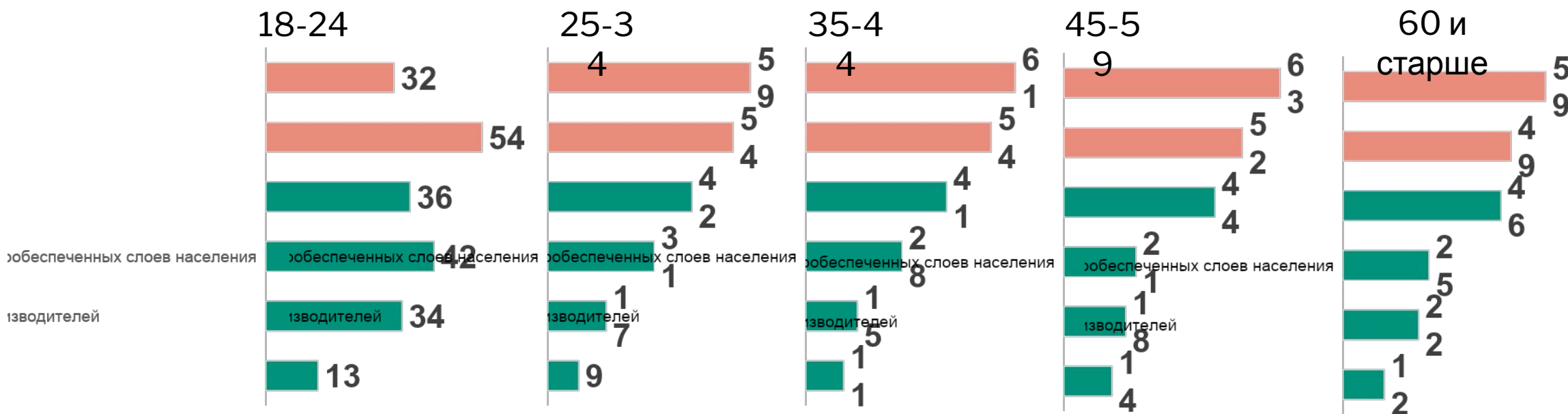
Контроль качества важен для респондентов всех возрастных групп



Что должно обеспечивать государство, регулируя продовольственный рынок?

(Закрытый вопрос, до трех ответов, в % от числа опрошенных)

Распределение ответов в зависимости от возраста респондентов (в %)*



Для населения контроль качества приоритетнее низких цен. Эта тенденция прослеживается во всех возрастных группах. Исключение – молодежь, которая чаще, чем более взрослые респонденты, выступает за низкие цены для малообеспеченных слоев, реже – за поддержку российского производителя.

*Данные приводятся без вариантов «Затрудняюсь ответить».



- ✓ Население продолжает придерживаться стратегии экономии. Торговые сети удовлетворяют данному запросу.
- ✓ Население не видит целесообразности в административных ограничениях продовольственного рынка, негативно воспринимается идея ограничения работы крупных супермаркетов в выходные.
- ✓ Относительно ограничения цен у населения нет единой позиции. Ради снижения цен значимое большинство респондентов не готово жертвовать привычным ассортиментом, комфортом и качеством.
- ✓ Регулируя продовольственный рынок, государство прежде всего должно обеспечить поддержку российского производителя и контроль за качеством продуктов.



**ЗНАТЬ – ЧТОБЫ
ПОБЕЖДАТЬ!**

ВЦИОМ