



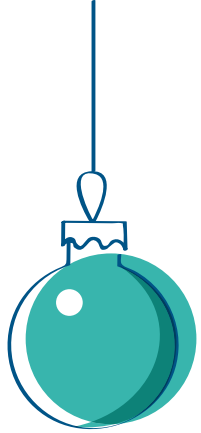
**Исследование
потребительских расходов
«Новый год и Рождество — 2019»**

6 декабря 2018 года

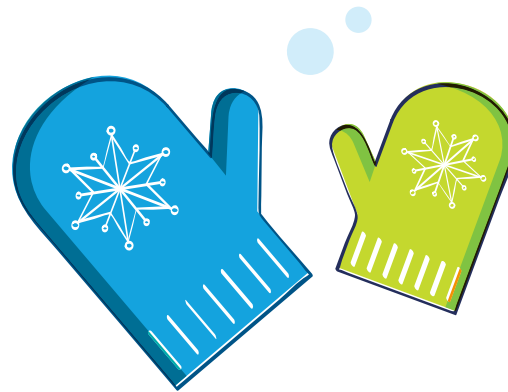
Содержание

Ключевые результаты исследования	04
Экономика и благосостояние	07
Структура новогоднего бюджета россиян	11
Многоканальная розничная торговля	17
Поведение потребителей	22
Методология исследования	26
Контакты	27





Мы рады представить результаты 21-го ежегодного международного исследования потребительских расходов в период рождественских и новогодних праздников.



Ключевые результаты исследования

В этом году **новогодний бюджет** россиянина составит **16 900 руб.**, что на **4%** ниже прошлогоднего показателя (**17 600 руб.**).



Контролируем праздничный бюджет:

в прошлом году фактические расходы среднестатистического россиянина (**16 000 руб.**) были ниже бюджета (**17 600 руб.**) на **9.1%**



Почти треть (29%) россиян планирует потратить **более 30% своего новогоднего бюджета** во время «черной пятницы». При этом доля тех, кто планирует воспользоваться акциями и скидками во время «черной пятницы», увеличилась **с 53% в 2017 году до 66%** в 2018 году



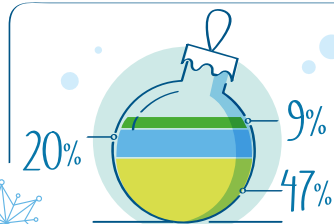
Структура новогоднего бюджета:



61% россиян считают, что в экономике страны **наблюдается рецессия.**

Этот показатель существенно вырос по сравнению с **51%** в прошлом году, и остается самым высоким в Европе.

Доля россиян, ожидающих **снижения своей покупательной способности в 2019 году**, увеличилась **с 22% до 30%**.



Прогнозы-2019:

рост экономики — **9%**, ее спад — **47%**, **20%** — не определились

В x2 РАЗА выше, чем в Европе

Каждый **пятый** не знает, чего ожидать от экономики.

ДЕКАБРЬ



Время новогодних покупок:

32% — до 15 декабря, **68%** — после 15 декабря.

В качестве наиболее желанного подарка лидируют **денежные средства** (мужчины — 58%, женщины — 66%). На втором месте у мужчин — **ноутбук/настольный компьютер (39%), а у женщин — парфюмерия (49%)**. Традиционно россияне получают в подарок шоколад (48%) и косметику (38%).

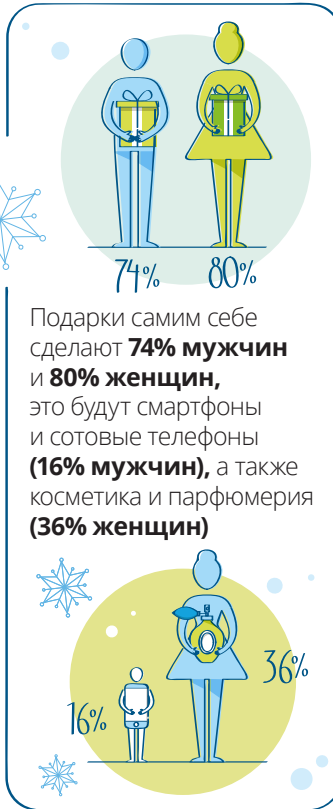
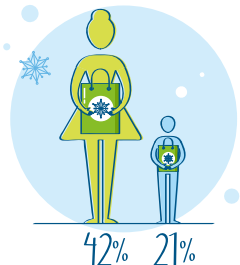


Предпочтения россиян

в отношении модных торговых марок разделились практически пополам.



Женщины гораздо раньше мужчин покупают новогодние подарки. Купят подарок до 15 декабря — **42% женщин и 21% мужчин**



Доля россиян, совершающих онлайн-покупки

с использованием систем Apple Pay, Android Pay, PayPal и других, составляет около **30%**.

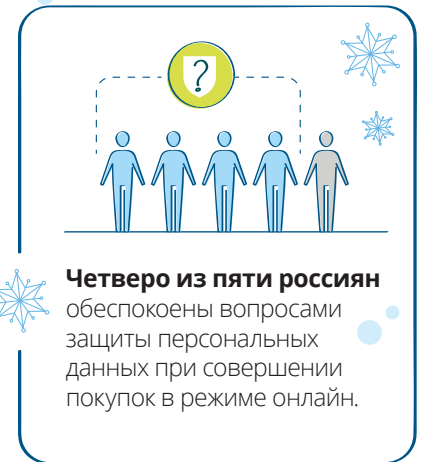


Причины отказа от онлайн-покупки модных товаров:

68% — сложно проверить качество и нет ощущения приятного события,
5% — недостаточный ассортимент интернет-магазинов

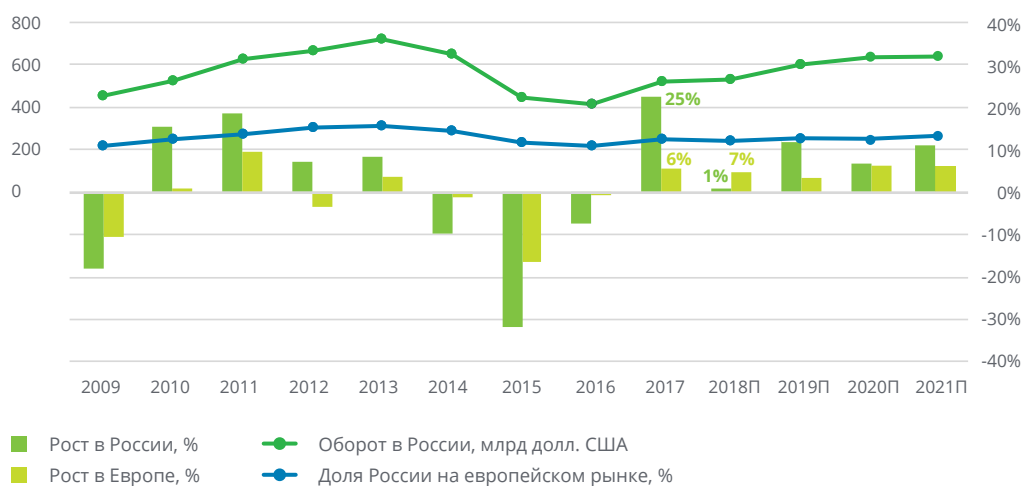


Доля подарков приобретаемых **онлайн** составляет **30%** и продолжает расти



Российский розничный рынок возобновил рост в долларовом выражении

Объем розничного рынка (млрд долл. США)



Источник: Economist Intelligence Unit

Россия

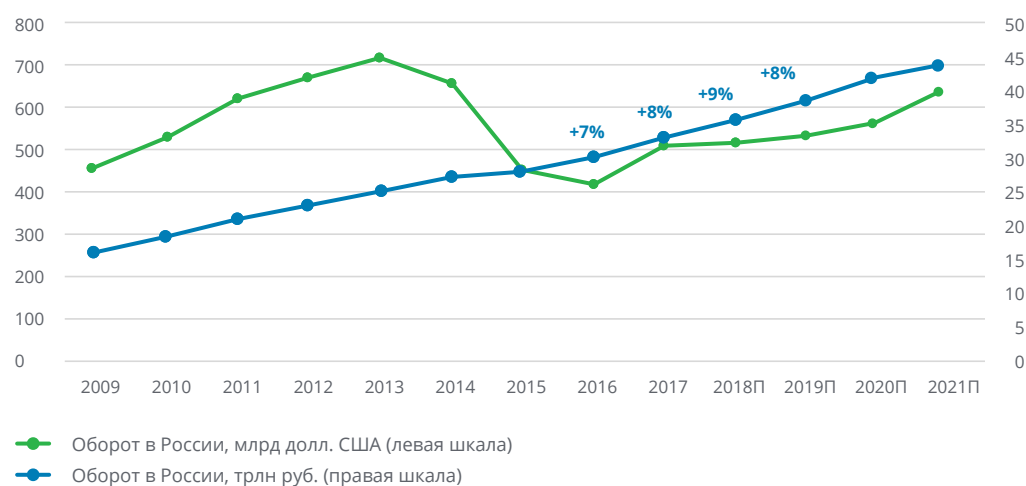
- В связи с укреплением курса рубля в 2017 году, а так же продолжающимся ростом российского розничного рынка в рублевом выражении, впервые за последние несколько лет российский розничный рынок вырос в долларовом выражении, рост составил 25%. Этот показатель оказался выше предварительных оценок, которые предсказывали только 23% роста.

Европа

- Вследствие снижения объема розничного рынка Великобритании после объявления о выходе из Европейского союза в 2016 году, а также в связи с ростом российского розничного рынка в 2017 году, доля российского рынка по отношению к европейскому составила 12%. В 2017 году по этому показателю Россия обогнала Великобританию и заняла третье место в рейтинге, после рынков Германии и Франции. Однако ожидается, что уже по результатам 2018 года Великобритания восстановит утраченные позиции и вернется на третье место по объему рынка.

Российский розничный рынок: уверенный рост в рублевом выражении продолжается

Объем российского розничного рынка



Источник: Economist Intelligence Unit

- В 2019–2021 годах также ожидается рост российского розничного рынка в долларовом выражении. Однако этот рост будет умеренным, и в 2020 году размер рынка розничной торговли в России в долларовом выражении лишь сравняется с показателями 2011 года.

- Оборот розничной торговли в России в рублевом выражении продолжает уверенный рост: по прогнозам, в 2018 году оборот в рублях вырастет на 9% и продолжит расти в 2019–2021 годах.

Экономика и благосостояние

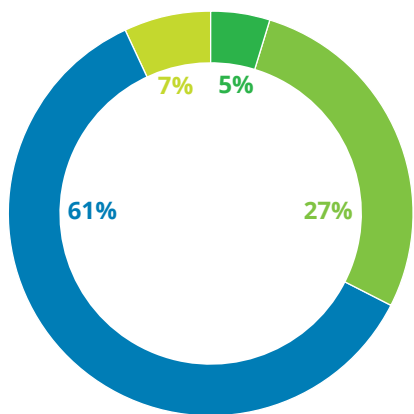
Настроения и покупательная
способность потребителей



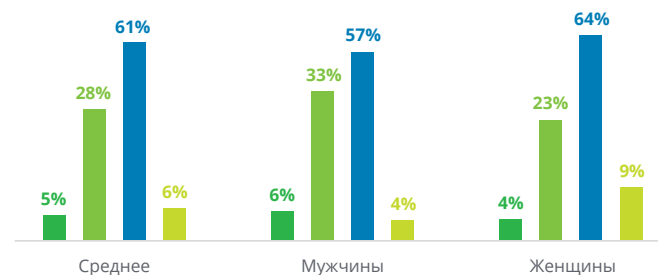
Россияне не ожидают чуда в 2019 году

Текущее восприятие экономической ситуации

Россия, 2018 год

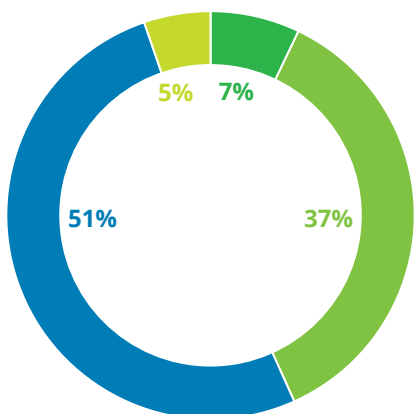


- Доля россиян, считающих, что экономика находится в рецессии, в 2018 году увеличилась с 51% до 61%.
- Общее восприятие экономики россиянами приблизилось к показателям 2016 года. Тогда негативно оценивали текущее состояние экономики более 65% россиян.

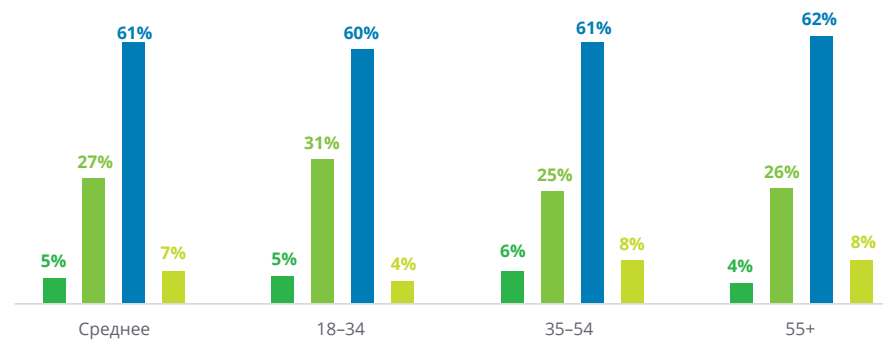


- В текущем году женщины более пессимистичны, чем мужчины. 64% и 57% соответственно заявили о спаде экономики в 2018 году.
- Относительно прошлого года наиболее пессимистические настроения в отношении состояния экономики наблюдаются среди пожилых россиян. В этой категории 62% опрошенных отрицательно воспринимают состояние экономики, против 46% годом ранее.

Россия, 2017 год



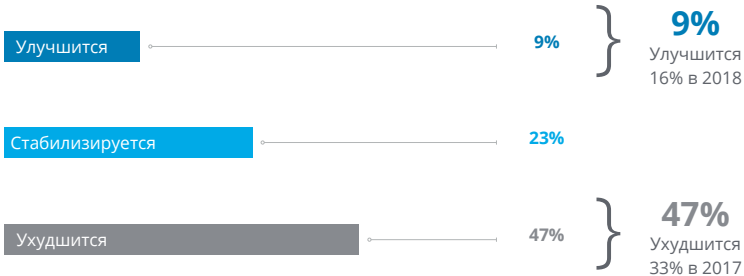
- Рост
- Стабильность
- Рецессия
- Не знаю



- Положительное
- Нейтральное
- Отрицательное
- Не знаю

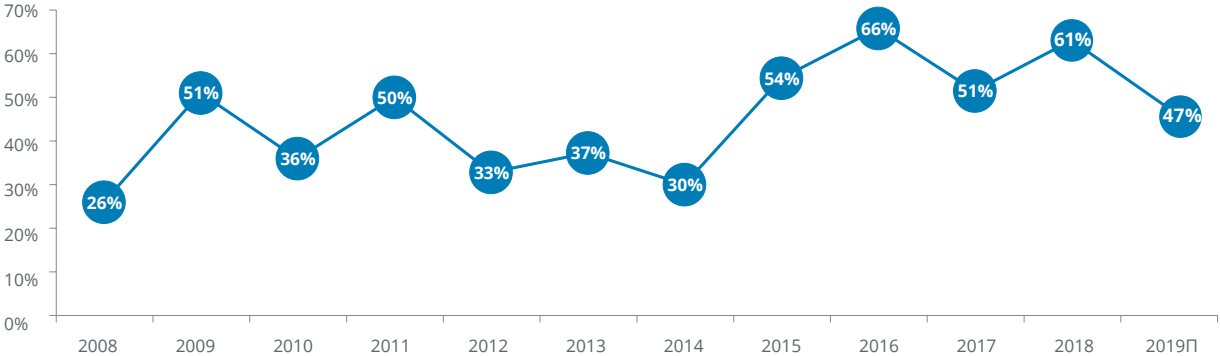
Уровень пессимизма у россиян снова растет

Ожидания от экономики России в 2019 году



- Только 9% россиян прогнозируют в новом году рост экономики, 47% — ее спад, а каждый пятый не знает, чего ожидать от экономики. Последний показатель в два раза выше среднего по Европе.
- Самые оптимистичные взгляды на рост экономики в Европе наблюдаются в Португалии. 37% опрошенных ожидают рост экономики в 2019 году. Это связано с выходом страны из затяжного кризиса и увеличением внутреннего спроса.
- Граждане России оказались наиболее пессимистичными. Вслед за Россией в лидерах рейтинга оказались Бельгия и Великобритания (43%).

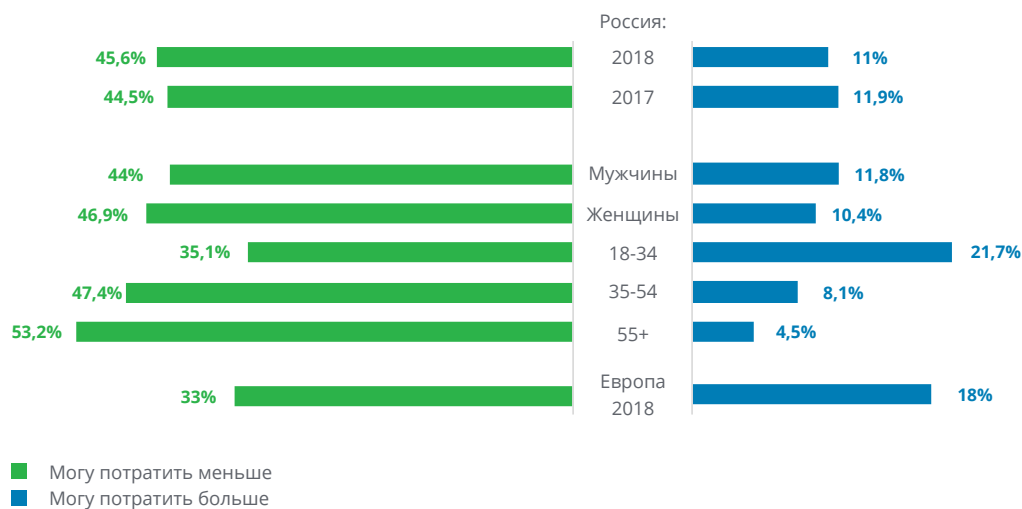
Российская экономика: уровень пессимизма



% – Доля россиян, наблюдающих спад/ожидающих ухудшения



Покупательная способность постепенно снижается

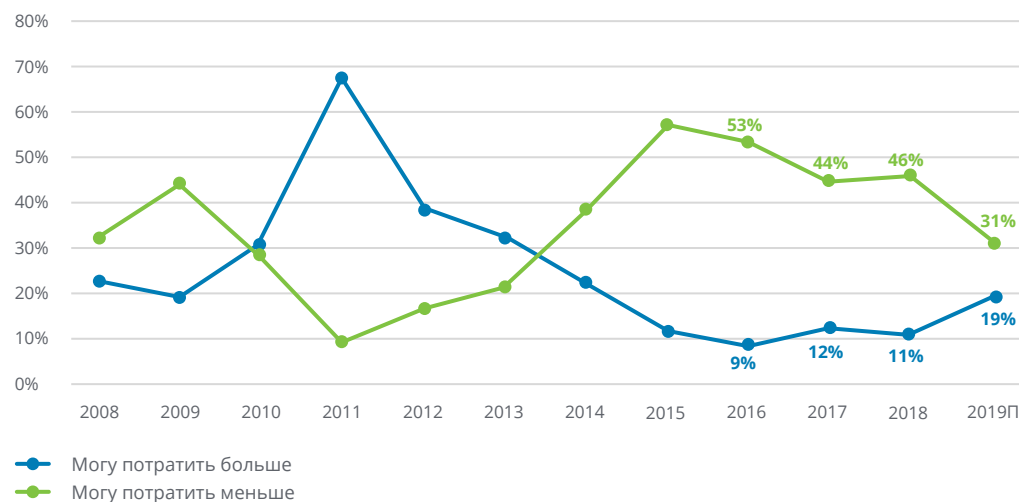


- Пессимистические ожидания в экономике сильно не повлияли на уровень покупательной способности россиян в 2018 году. Число россиян, считающих, что их покупательная способность ухудшилась, осталась на уровне 45%, что соответствует показателю прошлого года.

- Молодые россияне (18–34 года) все еще оптимистичны относительно своих расходов. Доля жителей России, считающих, что их покупательная способность улучшилась, выросла с 20% в 2017 году до 22% в 2018 году.



Динамика изменений роста покупательной способности по годам, %



- При этом более 30% респондентов ожидают ухудшение покупательной способности в следующем году (2017 год — 22%). Также уменьшилось количество людей, считающих, что в следующем году их покупательная способность улучшится до 18,6% (2017 год — 23%).

- Традиционно люди с высоким уровнем дохода более оптимистичны относительно уровня своей покупательной способности. Доля россиян, полагающих, что в следующем году их покупательная способность улучшится по сравнению с прошлым годом снизилась всего на 2% и составила 23,5% (2017 год — 25,5%).

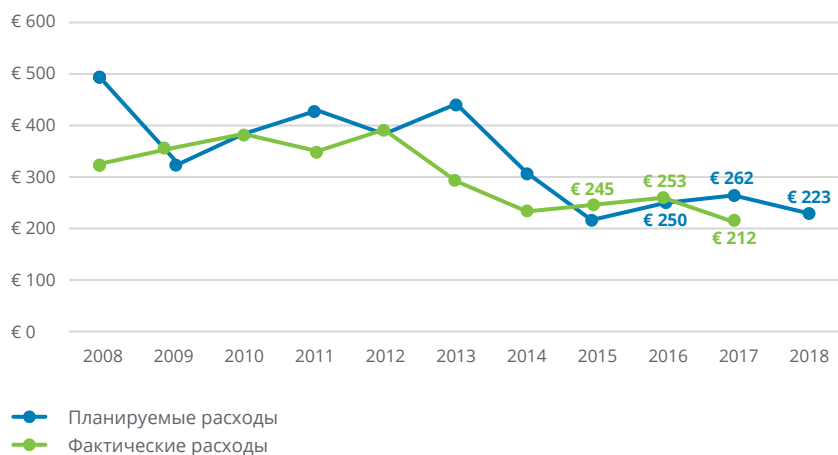


**Структура новогоднего
бюджета россиян**
Ожидания и реальность



Новогодний бюджет среднего россиянина уменьшился на 4% по сравнению с прошлым годом

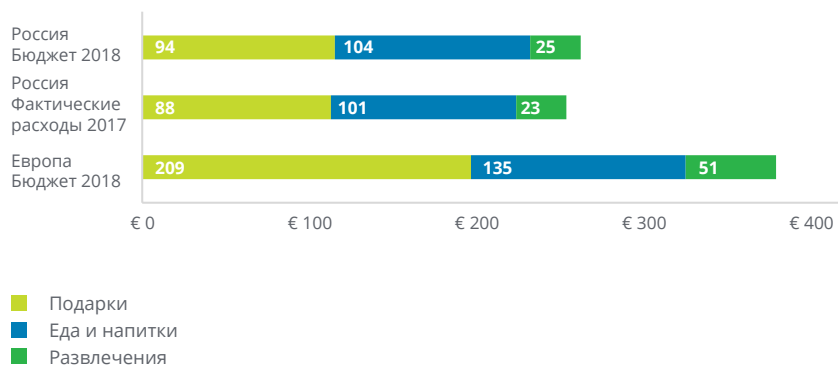
Праздничные покупки среднего россиянина в евро



- В этом году новогодний бюджет среднестатистического россиянина составит 16 900 руб., что на 4% ниже прошлогоднего показателя (17 600 руб.).
- В условиях экономической нестабильности россияне вынуждены ограничивать свои праздничные расходы: фактические расходы среднестатистического россиянина в прошлом году (16 000 руб.) были ниже бюджета на 9,1%.

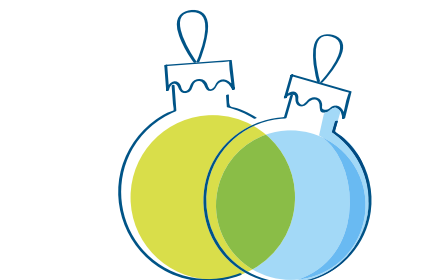
- Мужчины наиболее точно стали составлять новогодний бюджет. В прошлом году фактические расходы соответствовали ожиданиям у 47% мужчин, против 41% годом ранее. У женщин данный показатель остается на уровне 40%.

Структура праздничного бюджета в евро



- Структура новогоднего бюджета среднестатистического россиянина останется практически неизменной: подарки — 42%, еда и напитки — 47%, развлечения — 11%.
- В Европе на подарки тратят 53% бюджета, что на 11% больше, чем в России.

Обменный курс, использованный в этом году, — 75,75 руб./евро; в прошлом году — 67,1 руб./евро



Большинство россиян желают получить в подарок деньги

Топ 10. Наиболее желаемые новогодние подарки:



Мужчины



Женщины



- Первая десятка наиболее желаемых подарков осталась неизменной. Традиционно деньги намного опережают остальные категории подарков по степени желанности.
- В Европе книги остаются самым желаемым подарком на Рождество (43%), деньги на втором месте (42%), а путешествия лишь на девятом месте (22%).

- В 2018 году значительно не изменилась структура подарков, которые желают получить мужчины, — они по-прежнему предпочитают получить в подарок денежные средства и ноутбук.
- При этом книги потеряли свои позиции, им мужчины теперь предпочитают продукты питания и напитки.

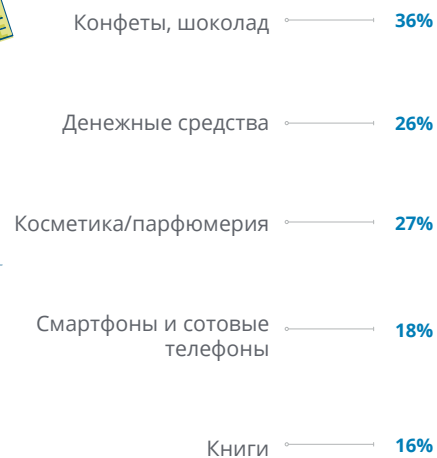
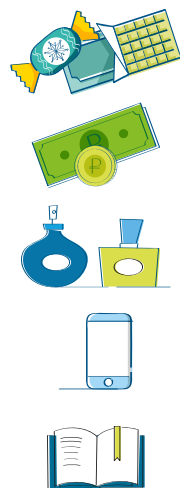
- Среди женщин в 2018 году рейтинг предпочтений остался прежним.
- По сравнению с прошлым годом женщины пожелали получить также и продукты для здоровья (органические продукты, БАДы) (+5%), а также кухонную технику (+3%).

Конфеты, шоколад и косметика снова возглавили список самых популярных подарков

Топ 10 наиболее популярные подарки:



Мужчины



Женщины



- Конфеты, шоколад, косметика и парфюмерия по-прежнему пользуются наибольшей популярностью при выборе подарков.
- Продукты питания и напитки поднялись на два пункта в рейтинге и обогнали подарочные сертификаты и книги.

- Предпочтения россиян при выборе подарков для мужчин очень стабильны: первая пятерка наиболее популярных мужских подарков практически не меняется от года к году.
- При этом предпочтения все еще сильно отличаются от среднеевропейских, где чаще дарят книги (41%), одежду (25%) и игры (14%).

- Спрос на конфеты/шоколад и денежные средства вырос равномерно с падением его на косметику и подарочные сертификаты (5%). Однако это не повлияло на распределение мест по популярности.
- Несмотря на то, что путешествие является одним из наиболее желаемых подарков для женщин, они, скорее всего, его не получают (27-е место в рейтинге).

Россияне также планируют покупать подарки для себя

Топ 10 наиболее популярные подарки:



Мужчины



Женщины



- 74% мужчин и 80% женщин планируют купить себе новогодние подарки. Наиболее популярными подарками у мужчин отмечены смартфоны и сотовые телефоны (16%), у женщин — косметика и парфюмерия (36%).

Конструкторы и обучающие игры или игровые приставки и смартфоны — что победит в качестве подарка подросткам?



Топ 10. Подарки для подростков от 12 до 18 лет

Конфеты, шоколад	37%
Денежные средства	24%
Смартфоны и сотовые телефоны	19%
Игры	18%
Книги	18%
Игровые приставки	10%
Обучающие игрушки	10%
Косметика/парфюмерия	10%
Конструкторы	8%
Настольные игры	6%

- В 2018 году в качестве подарков для подростков снова набирают популярность смартфоны/сотовые телефоны, в то время как игровые приставки и конструкторы теряют популярность.
- Денежные средства остаются популярным подарком, который дарят подросткам.

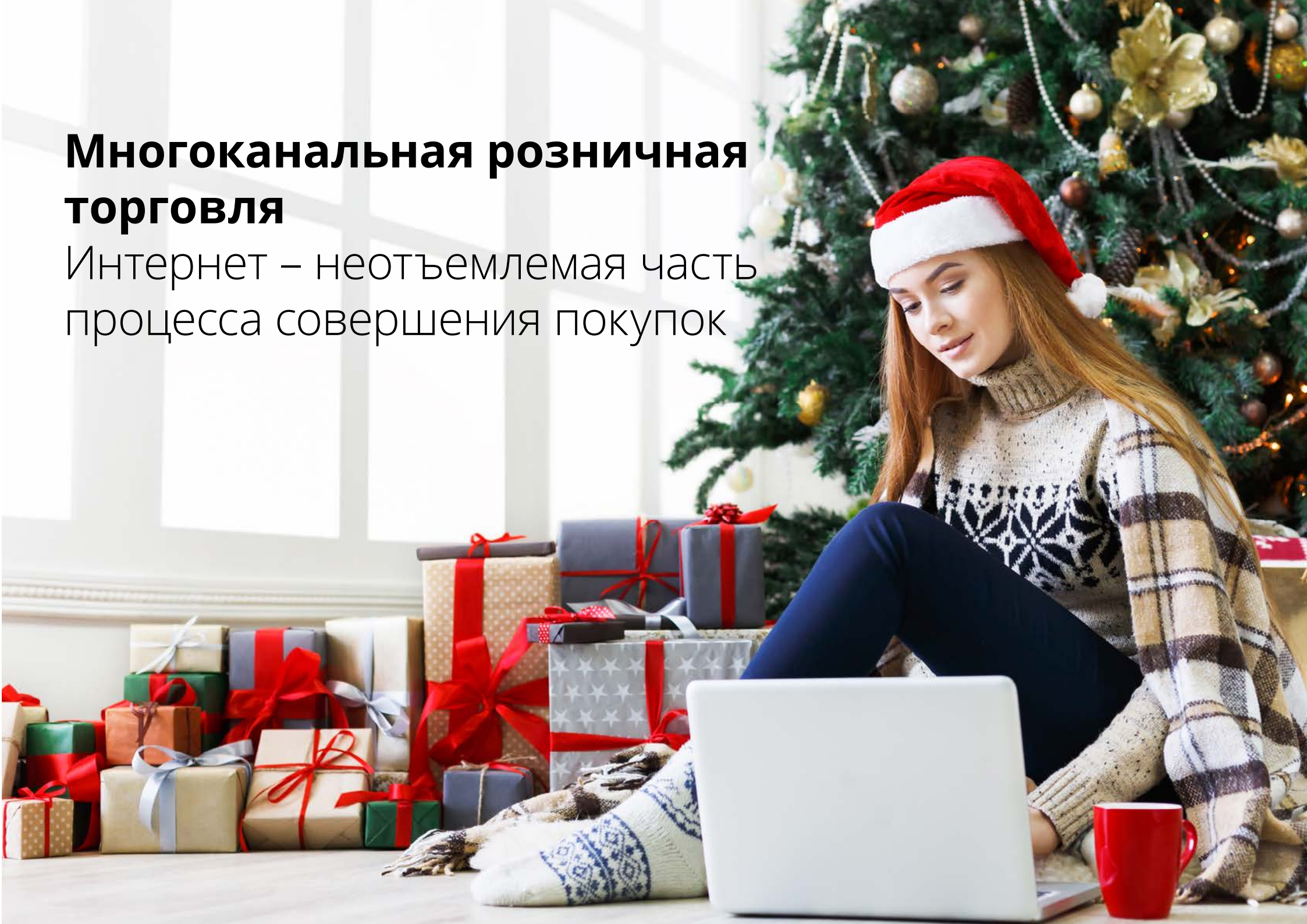
Топ 10. Подарки для детей до 12 лет

Конструкторы	40%
Куклы	32%
Обучающие игрушки	30%
Обучающие игры	30%
Игры	25%
Товары для младенцев (игрушки, детская одежда)	19%
Книги для детей	20%
Одежда/обувь	19%
Электромеханические игрушки	17%
Товары для спорта и отдыха	17%

- Обучающие игры, а также конструкторы и куклы являются наиболее популярными новогодними подарками для детей до 12 лет.

Многоканальная розничная торговля

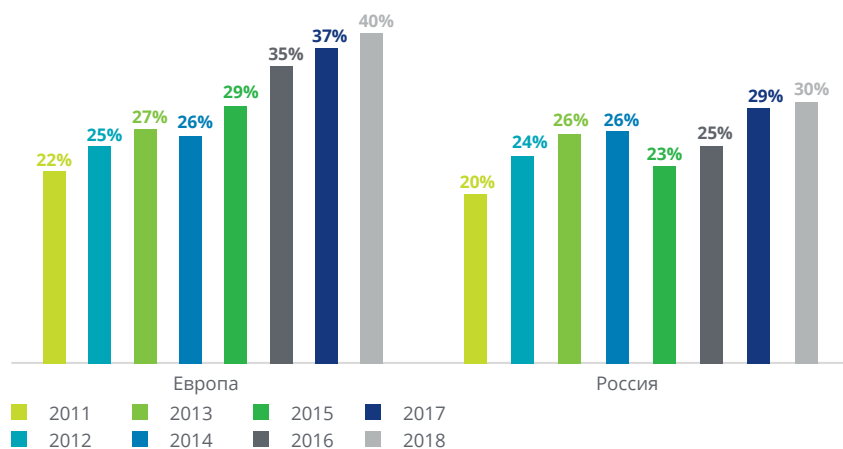
Интернет – неотъемлемая часть процесса совершения покупок



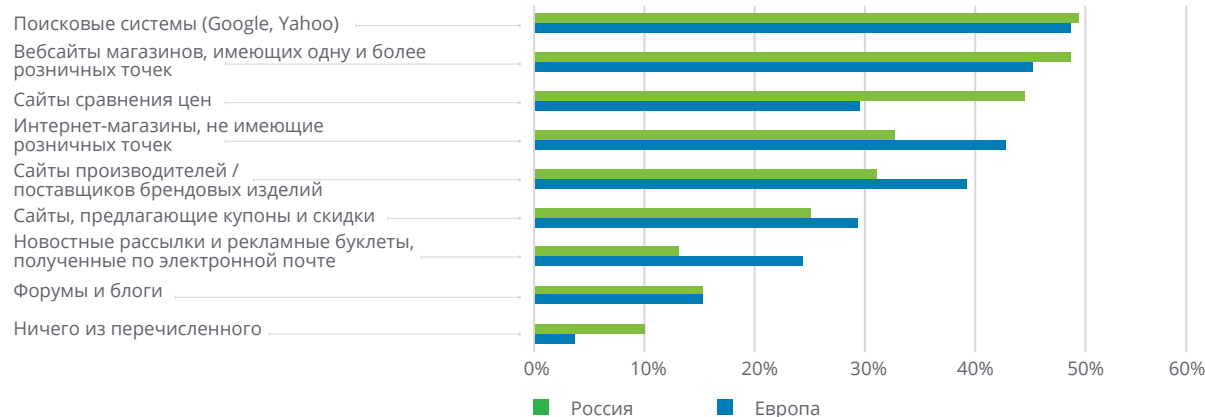
В России уверенно растет доля подарков, приобретаемых через Интернет

Где покупатели приобретают подарки?

Доля подарков, приобретаемых в интернет-магазинах



Где россияне ищут/сравнивают желаемые товары?



При выборе **техники** россияне чаще всего обращаются на сайты сравнения цен (63%) и сайты производителей с одним или более магазином (57%).

В категории **«модная одежда»** также наибольшей популярностью пользуются сайты производителей (54%) и поисковые системы (51%).

Продукты и напитки чаще всего ищут на сайтах сравнения цен и в поисковых системах около 41% респондентов.



- Доля подарков, приобретаемых в интернет-магазинах, составляет примерно 30% и, по всей видимости, продолжит расти. Однако этот показатель все еще отстает от Европы, где доля подарков, приобретаемых через Интернет, составляет 40%.

- Наиболее распространенным и популярным способом поиска желаемых подарков в России и в Европе в 2018 году стали поисковые системы с контекстной рекламой, за которыми следуют интернет-магазины традиционных розничных сетей.

- Россияне более тщательно относятся к выбору подарков, сравнивая цены на специализированных сайтах.

Интернет-магазины привлекают россиян, прежде всего, возможностью узнать мнения других потребителей о товарах, а также легкостью поиска и выбора товаров

Преимущества классического розничного магазина

- 01 Купленные товары можно сразу получить на руки
- 02 Возможность быстрого обмена или возврата товаров
- 03 Послепродажное обслуживание (ремонт)
- 04 Высокая степень защищенности персональной информации
- 05 Безопасность платежей

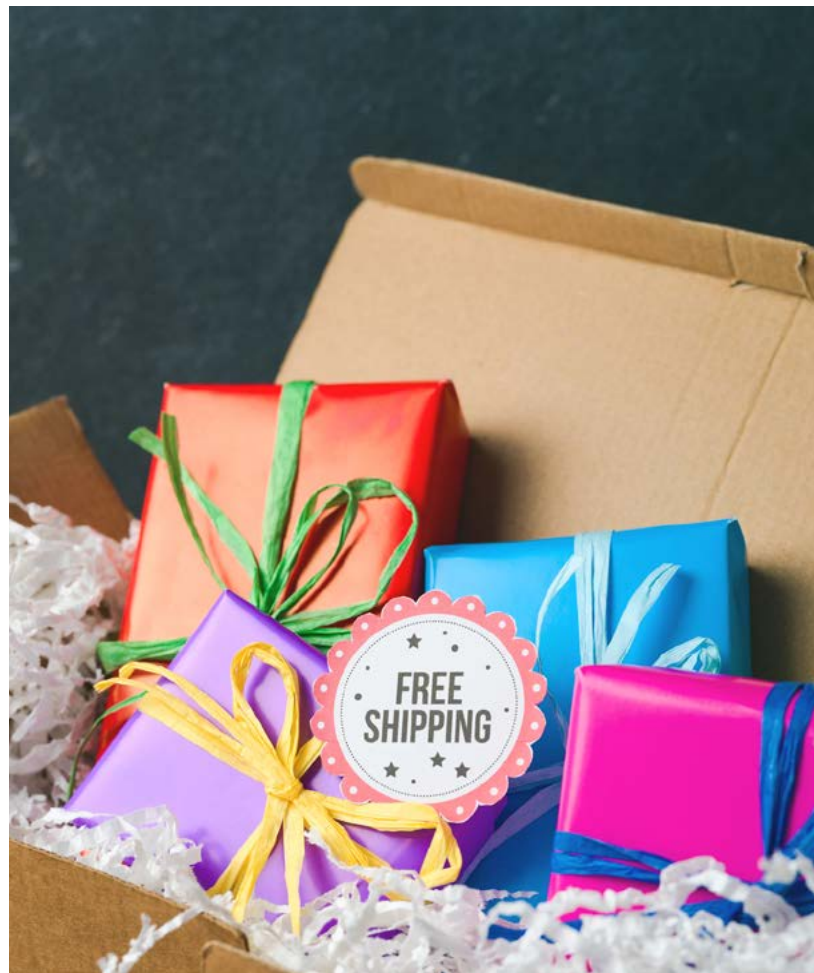
- Обычные магазины по-прежнему остаются вне конкуренции по сравнению с интернет-магазинами в части удобства обмена или возврата товара, послепродажного обслуживания и степени защищенности персональной информации.



Преимущества интернет-магазина

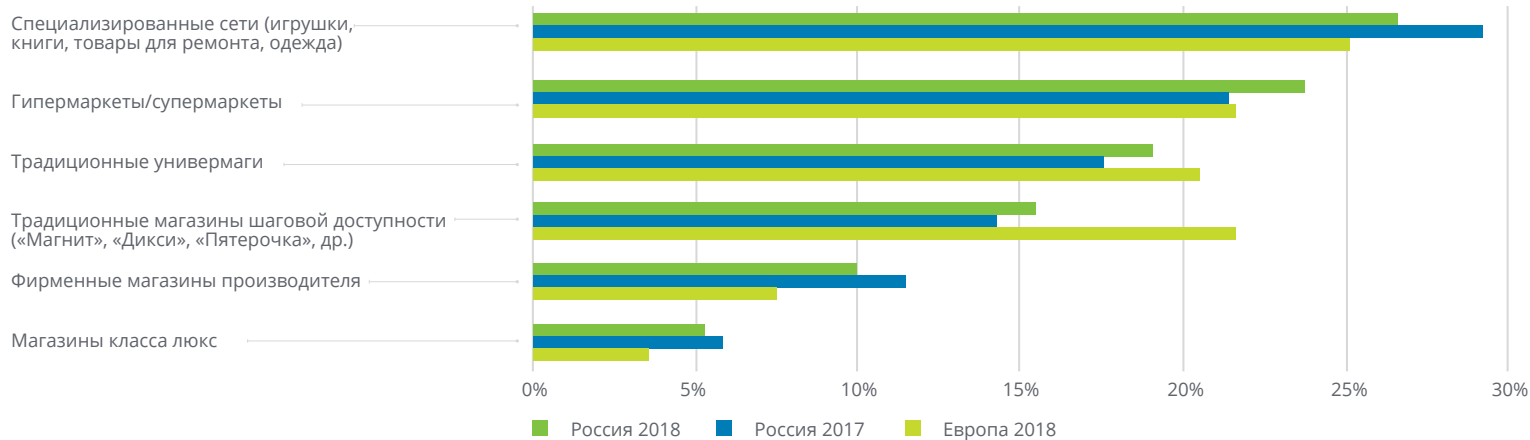
- 01 Возможность узнать мнение потребителей о товарах
- 02 Легкость поиска и выбора
- 03 Легкость сравнения цен
- 04 Широкий ассортимент
- 05 Возможность совершать покупки в любое время

- Возможность совершить покупки в режиме онлайн привлекает россиян в первую очередь благодаря легкому доступу к отзывам других покупателей, а также более удобному и быстрому поиску товаров, чем в классических магазинах.
- Возможность делать покупки в любое удобное время также стало одним из ключевых факторов при совершении покупок онлайн, вытеснив из топ-5 приоритетов приемлемый уровень цен в интернет-магазинах.
- Четверо из пяти россиян обеспокоены защищенностью персональных данных при совершении онлайн-покупок, что является сдерживающим фактором для развития Интернета как канала продаж.



Сети специализированных магазинов и гипермаркеты опережают в рейтинге универсальные магазины

Форматы розничных магазинов для приобретения подарков



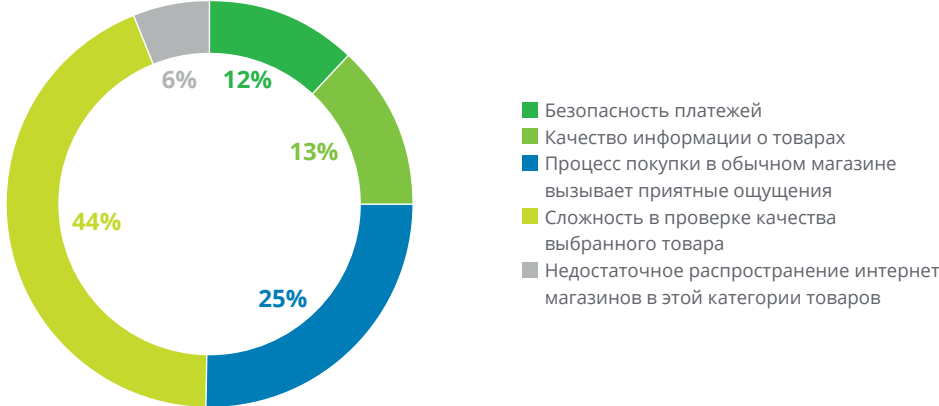
- Большинство жителей России планируют приобретать подарки в специализированных сетях (27%) и гипер- и супермаркетах (24%).
- Популярность специализированных магазинов постепенно снижается на 1–2% процента в год, в то время как спрос на подарки в гипермаркетах и традиционных магазинах шаговой доступности наоборот растет.

- В отличие от россиян при покупке рождественских подарков европейцы сохраняют приверженность традиционным местным магазинам, которые занимают вторую строчку рейтинга и уступают лишь сетям специализированных магазинов.



Сложность в проверке качества выбранного товара является основным сдерживающим фактором для совершения покупок товаров из категории «мода» (одежда, ювелирные изделия, аксессуары) в Интернете.

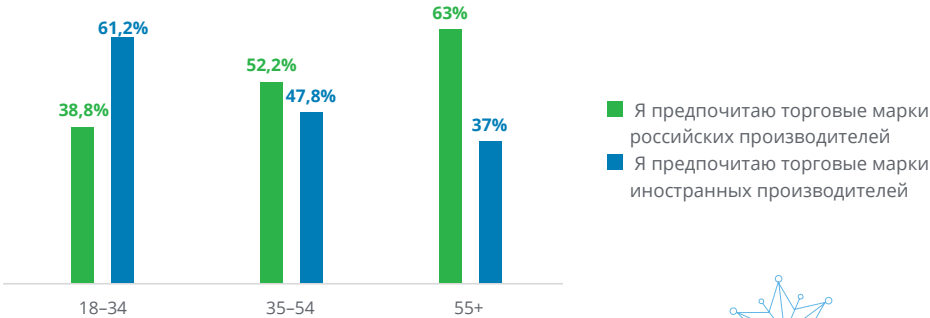
Факторы, мешающие совершать больше покупок товаров из категории мода (одежда, ювелирные изделия, аксессуары) в Интернете.



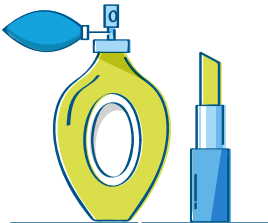
- Для приобретения товаров из категория «мода» (одежда, ювелирные изделия, аксессуары) более 60% россиян по-прежнему отдают предпочтения традиционным магазинам.
- Для 68% россиян сложность проверки качества выбранного товара, а также приятные ощущения от процесса покупки в обычном магазине, являются основными факторами, сдерживающими рост продаж модных товаров в интернет-магазинах. При этом лишь 6% граждан считают недостаточным распространение интернет-магазинов в этой категории товаров.



Предпочтения россиян в отношении торговых марок при покупке товаров из категории «мода» (одежда, ювелирные изделия, аксессуары)?



- Молодые люди (18-34) предпочитают торговые марки иностранных производителей российским, в то время, когда пожилые наоборот выбирают торговые марки отечественных производителей.



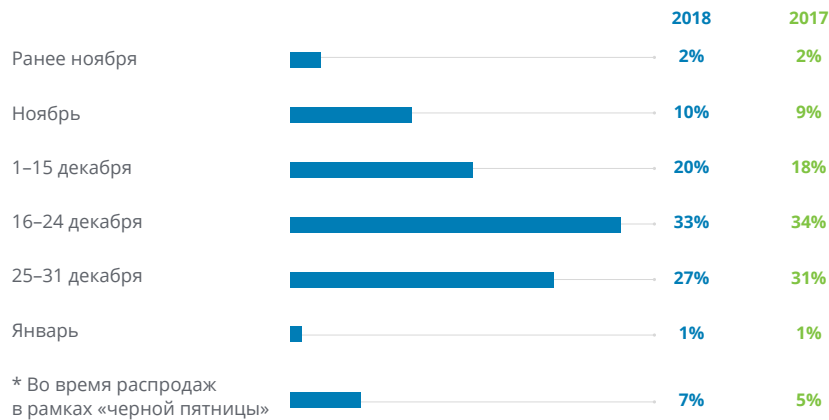
Поведение потребителей

Принятие решения и время
совершения покупок



Сезон новогодних покупок у россиян начался раньше, чем в прошлом году

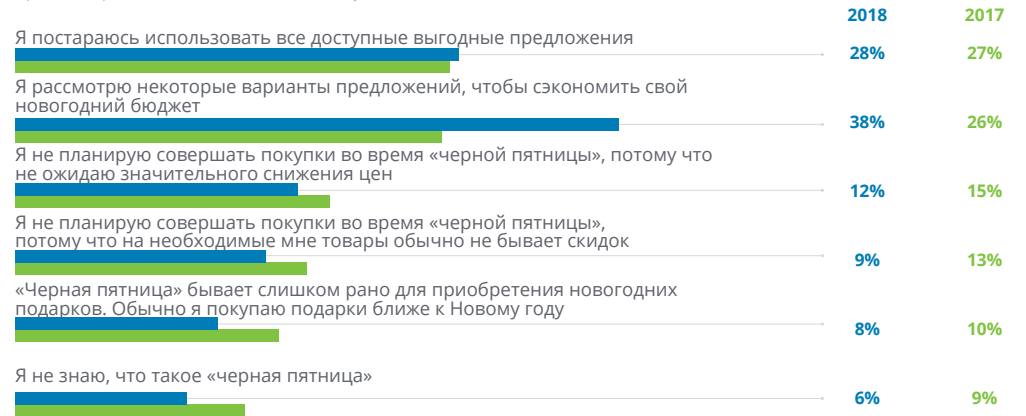
Доля подарков по срокам их приобретения



- Традиционно россияне покупают новогодние подарки во второй половине декабря. При этом доля россиян, желающих приобрести новогодние подарки до 15 декабря, возросла с 29% в прошлом году до 32% в текущем году.
- Женщины гораздо раньше мужчин покупают новогодние подарки. Доля женщин, желающих приобрести новогодние подарки до 15 декабря, составляет 42%, а мужчин – всего 21%.

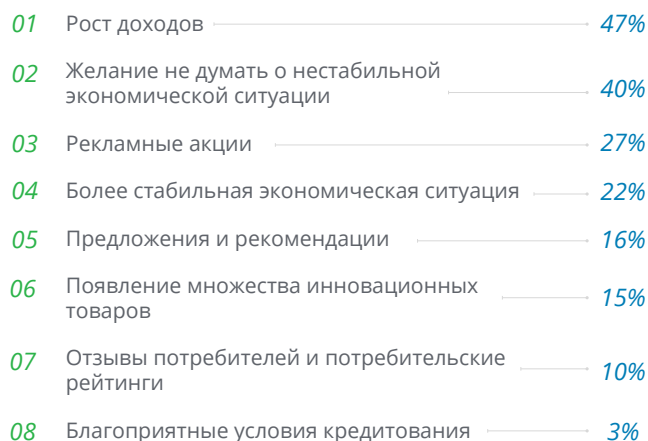
Популярность «черной пятницы» для совершения новогодних покупок растет, и россияне больше доверяют «реальности» предлагаемых скидок

Планируете ли Вы воспользоваться акциями и скидками во время «черной пятницы» при совершении новогодних покупок?



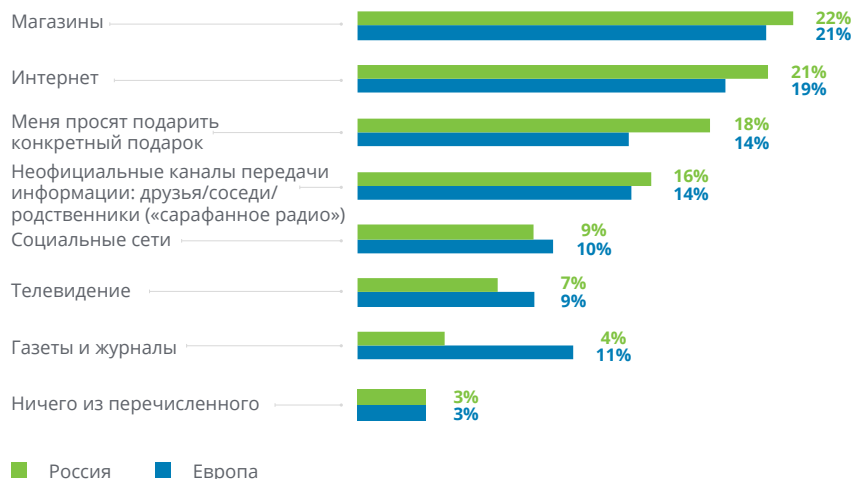
- Почти треть (28,9%) россиян планирует потратить более 30% своего новогоднего бюджета во время «черной пятницы». При этом доля тех, кто планирует воспользоваться акциями и скидками во время данной распродажи увеличилась с 53% в 2017 году до 66% в 2018 году.
- В 2018 году снизилась доля россиян (6%), которые по-прежнему не знают о существовании «черной пятницы» (2017 год — 9%).
- 99% респондентов с доходом выше среднего знают про данную акцию и активно пользуются этой возможностью. Хуже всего реагируют на скидки во время «черной пятницы» люди с низким уровнем дохода, что скорее всего связано с их недоверием к продавцам и рекламным акциям.

Основные факторы, влияющие на решение россиян потратить больше во время новогодних праздников



- По сравнению с прошлым годом роль рекламных акций в процессе принятия решения о новогодних тратах снижается с 32% до 27%, при этом люди с наиболее низким доходом наименее подвержены фактору промоакций.
- Рост дохода по-прежнему остается главной причиной, которая стимулирует россиян потратить больше во время новогодних праздников (47%). В Европе данный показатель приблизительно в два раза ниже (22%).

Какие источники информации используют покупатели для поиска идей и получения советов относительно выбора подарков?



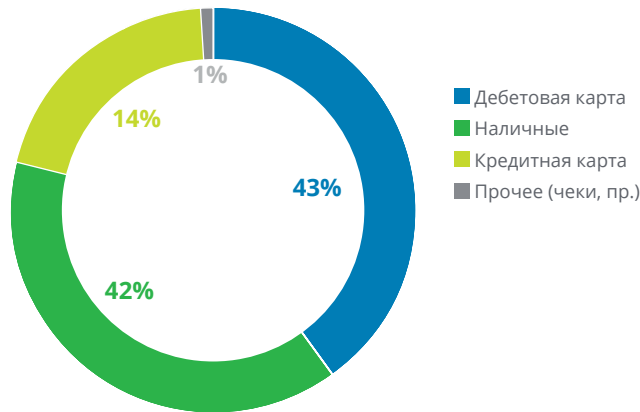
- Россияне, как и европейцы, наиболее сильно подвержены влиянию Интернета, рекламы, размещенной внутри магазинов, и промоакций.
- Россияне намного чаще (18%), чем европейцы (14%), просят подарить своих родственников и друзей уже выбранные ими подарки.
- Традиционно газеты и журналы пользуются существенно меньшей популярностью в России в качестве средства поиска идей при выборе подарков по сравнению с Европой (4 и 11% соответственно).

Магазины являются самыми популярными каналами для консультирования и принятия решения для приобретения техники (32%) и портативных электронных устройств (33%). Интернет используют в качестве источника информации для выбора подарков для дома (23%) и книг (22%).

Россияне предпочитают использовать безналичные способы оплаты покупаемых подарков

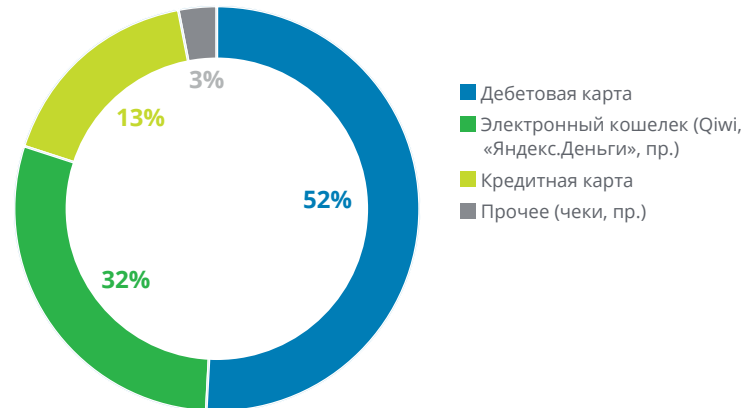
Какие средства платежа вы планируете использовать, совершая покупки в магазине и онлайн?

Покупки в магазинах



- Более половины (57%) россиян предпочитают использовать банковские карты для оплаты новогодних покупок, что соответствует среднему показателю по Европе.
- При этом дебетовые банковские карты являются самым популярным средством платежа как в традиционных магазинах, так и при совершении онлайн-покупок — их предпочитают использовать 43% россиян (по сравнению с 38% в Европе). В Европе же большей популярностью, чем в России, пользуются кредитные карты как способ оплаты покупок — 30% против 14%.

Покупки онлайн



- Несмотря на обеспокоенность россиян сохранностью персональных данных при совершении покупок через Интернет, большинство респондентов (52%) предпочитают оплачивать новогодние онлайн-покупки дебетовыми картами.
- Доля россиян, совершающих онлайн-покупки с использованием систем Qiwi, «Яндекс.Деньги» и других, составляет около 30%.

Методология исследования

Детали и подход

Исследование проводилось в десяти странах Восточной и Западной Европы с 5 по 9 октября 2018 года.

Участниками исследования стали граждане в возрасте от 18 до 65 лет. Опрос проводился по Интернету с использованием структурированной анкеты для контролируемых групп респондентов.

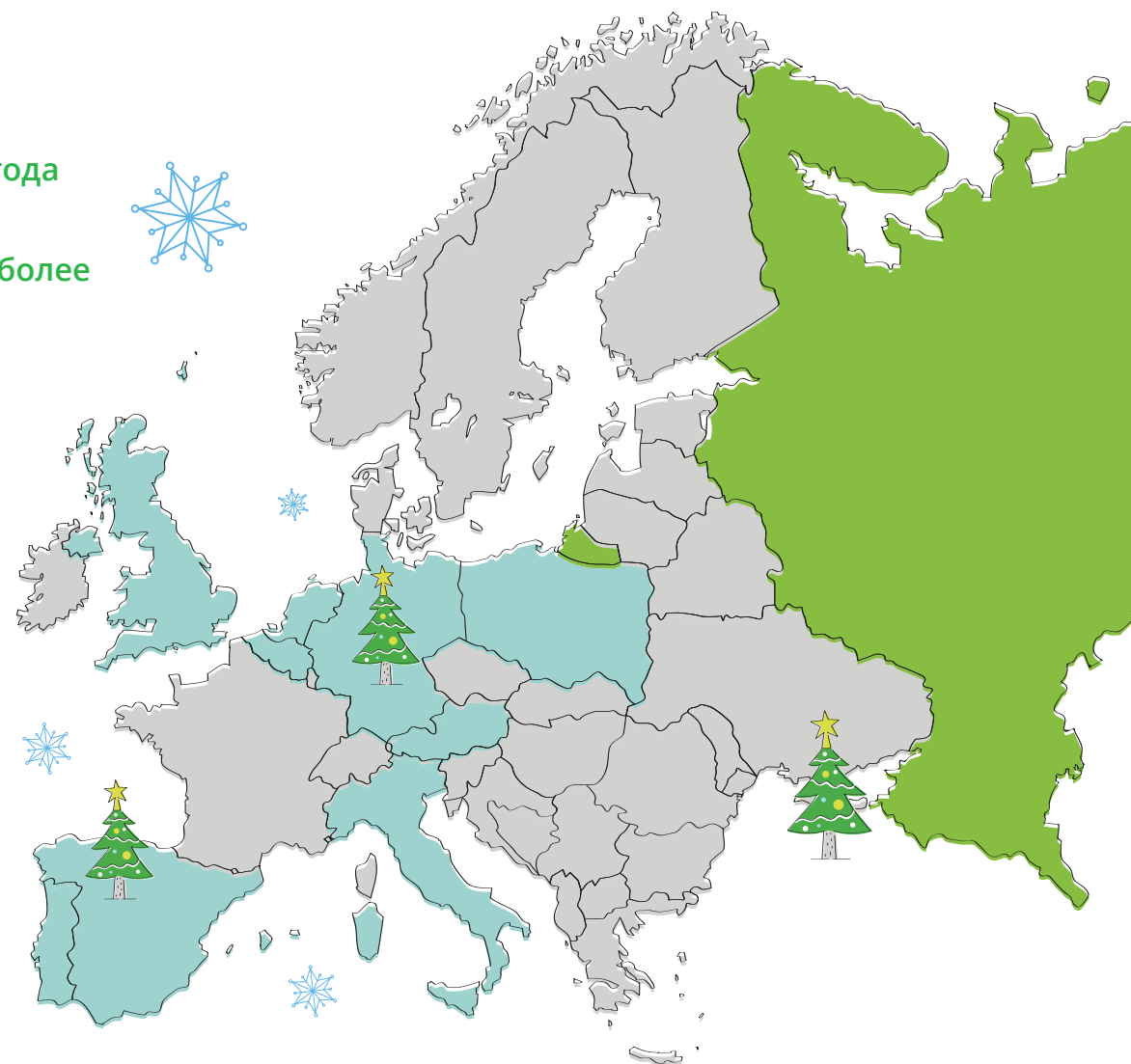
Для приведения результатов интернет-опроса в соответствие с численностью населения каждой стране были присвоены статистические весовые коэффициенты. В каждой стране оценка проводилась с учетом пола и возраста респондентов.

Выборка по России является более репрезентативной в отношении среднего и обеспеченного классов, а также крупных городов, поскольку опрос проводился по Интернету.



Исследование проводится с 1998 года

Россия участвует в исследовании уже более десяти лет



Контакты



Владимир Бирюков
Партнер

Москва, Департамент аудиторских услуг, руководитель Группы по обслуживанию компаний розничной и оптовой торговли, дистрибуции в СНГ
+7 (495) 787 06 00, доб. 1860
vbiryukov@deloitte.ru



Василий Подобедов
Старший менеджер

Москва, Департамент аудиторских услуг, Группа по обслуживанию предприятий потребительского сектора в СНГ
+7 (495) 787 06 00, доб. 1622
vaspodobedov@deloitte.ru



Егор Метелкин
Партнер

Москва, Департамент аудиторских услуг, руководитель Группы по обслуживанию предприятий потребительского сектора в СНГ
+7 (495) 787 06 00, доб. 2320
emetelkin@deloitte.ru



Екатерина Кирасирова
Старший координатор

Москва, Департамент развития бренда и бизнеса, Группа по обслуживанию предприятий потребительского сектора в СНГ
+7 (495) 787 06 00, доб. 1025
ekirasirova@deloitte.ru

deloitte.ru

О «Делойте»

Наименование «Делойт» относится к одному либо любому количеству юридических лиц, включая их аффилированные лица, совместно входящих в «Делойт Туш Томацу Лимитед», частную компанию с ответственностью участников в гарантированных ими пределах, зарегистрированную в соответствии с законодательством Великобритании (далее — ДТТЛ). Каждое такое юридическое лицо является самостоятельным и независимым юридическим лицом. ДТТЛ (также именуемая «международная сеть «Делойт») не предоставляет услуги клиентам напрямую. Подробная информация о юридической структуре ДТТЛ и входящих в нее юридических лиц представлена на сайте www.deloitte.com/about.

«Делойт» предоставляет услуги в области аудита, консалтинга, финансового консультирования, управления рисками, налогообложения и иные услуги государственным и частным компаниям, работающим в различных отраслях экономики. «Делойт» — международная сеть компаний, в число клиентов которой входят около четырехсот из пятисот крупнейших компаний мира по версии журнала Fortune. «Делойт» имеет многолетний опыт практической работы при обслуживании клиентов в любых сферах деятельности более чем в 150 странах мира и использует свои обширные отраслевые знания и опыт оказания высококачественных услуг для решения самых сложных бизнес-задач клиентов. Более 286 тысяч специалистов «Делойта» по всему миру привержены идеям достижения результатов, которыми мы можем гордиться. Для получения более подробной информации заходите на нашу страницу в Facebook, LinkedIn или Twitter.

Настоящее сообщение содержит информацию только общего характера. При этом ни компания «Делойт Туш Томацу Лимитед», ни входящие в нее юридические лица, ни их аффилированные лица (далее — «сеть «Делойт») не представляют посредством данного сообщения каких-либо консультаций или услуг профессионального характера. Прежде чем принять какое-либо решение или предпринять какие-либо действия, которые могут отразиться на вашем финансовом положении или состоянии дел, проконсультируйтесь с квалифицированным специалистом. Ни одно из юридических лиц, входящих в сеть «Делойт», не несет ответственности за какие-либо убытки, понесенные любым лицом, использующим настоящее сообщение.