

НОВОГОДНЕЕ НАСТРОЕНИЕ '2014

Deloitte.



По материалам исследования компании «Делойт»

Перед Новым годом «Делойт» представил результаты 16-го ежегодного международного исследования потребительских расходов в период рождественских и новогодних праздников, проведенного специалистами компании в 18 странах Восточной и Западной Европы, а также в ЮАР.

Исследование проводится с 1998 года. Россия участвует в опросе уже 7-й год подряд. Европейский долговой кризис продолжает оказывать влияние на экономику, в том числе на Россию. Тем не менее, в Рождество и новогодние праздники все хотят наслаждаться жизнью...

Россияне купят 29% подарков через Интернет. Примечательно, что все больше россиян (29%) уже использовали смартфон для покупок, а 66% собираются делать это в будущем. 61% россиян предпочи-

тают немедленные скидки из всех видов программ лояльности. 36% россиян перед покупкой в Интернете идут в офлайн-магазин, чтобы увидеть товар и сравнить с аналогами «вживую». Программы лояльности имеют сильное

влияние на принятие решений относительно покупок для 26% женщин и 16% мужчин. Среди критериев выбора россиянами розничной сети лидирует удобство шопинга (55%) и широта ассортимента (50%).

Характерно, что из заказанных россиянами в прошлом году через Интернет новогодних подарков 15% не были доставлены вовремя. 62% россиян будут покупать в основном продукты и изделия, произведенные в их регионе.

Среди направлений, в которых россияне хотели бы видеть развитие розничных сетей в перспективе, лидирует снижение цен. Доля тех, кто наблюдает экономический рост, упала с 15% до 12%, а доля тех, кто наблюдает рецессию, выросла с 33% до 37%. 32% опрошенных россиян почувствовали рост покупательной способности, а 21% — снижение. Ни в одной другой стране доля респондентов, отмечающих рост, не превысила число «пессимистов».

Мужчины хотят в подарок смартфоны (46%) и деньги (45%), а женщины — путешествия (53%) и деньги (53%). Дарить же будут в основном косметику (37%), шоколад (32%) и книги (20%). Четвертое место (17%) делят подарочные сертификаты и деньги.

Из среднего российского бюджета на подарки 17% будет потрачено на подарки самому себе, что является самым высоким показателем из всех европейских стран. При этом такой подарок для большинства является единственным.

Средний номинал подарочного сертификата в России находится на том же уровне, что и средняя стоимость подарка (1150 руб.). В Европе сертификата хватит на полтора подарка. Каждый третий будет уделять больше внимания полезности подарка (мужчины — 24%, женщины — 39%). На треть меньше людей будут делать в праздники спонтанные покупки. Новогодний бюджет вырастет на 13%, с 17000 до 19200 руб.

Каждый второй (51%) объясняет рост новогоднего бюджета желанием радоваться жизни и не думать о нестабильности экономики. Европа: 17% опрошенных почувствовали рост покупательной способности, 21% снижение.

Российский розничный рынок

Российский розничный рынок является самым крупным в Европе начиная с 2011 года, когда его объем превысил объемы рынков Германии и Франции и составил 15% от общеевропейского (см. «Объем розничного рынка»). До сих пор розничные продажи в России росли быстрее, чем в Европе в целом, и экономисты прогнозируют продолжение этой тенденции. Объем розничных продаж в России не сократился даже во время европейского долгового кризиса (в 2012 году), когда европейские продажи показывали отрицательную динамику.

Объем розничного рынка



Источник: EIU

Экономика и благосостояние

В восприятии россиян экономический рост вернулся к уровню 2010 года после падения в 2011 году и восстановления в 2012 году. Хотя европейцы все еще настроены более пессимистично, чем россияне, в Европе, в противоположность России, в этом году наметилась положительная динамика — в прошлом году спад наблюдали 54% европейцев (см. «Восприятие экономического роста в России и в Европе»).

Россияне ожидают определенного улучшения ситуации в 2014 году (см. «Российская экономика глазами россиян»). В этом смысле оптимизм по поводу будущего не снижается; количество затруднившихся с ответом сократилось с 20% до 13%.

Россия — единственная страна, помимо Украины, где больше

потребителей с возросшей покупательной способностью, чем со снизившейся (см. «Динамика покупательной способности»).

Структура новогоднего бюджета россиян

Ожидания россиян от будущего года в отношении покупательной способности совпадают с по-

Под Новый год все хотят наслаждаться жизнью, несмотря на замедление экономического роста: скидки здесь и сейчас — лучшая программа лояльности

казателями текущего года. В последние пять лет ожидания россиян неизменно снижаются, одна-

Российский розничный рынок — один из самых быстрорастущих в Европе, но оценка экономической ситуации в России несколько ухудшилась

ко значения показателей все еще положительны (см. «Ожидания в отношении покупательной способности...»).

Россияне потратят на праздники на 13% больше: их новогодний бюджет почти догнал среднеевропейский

Россияне потратят на праздники на 13% больше (см. «Новогодние траты россиян»), однако расходы на праздничный стол почти не вырастут. На прошлые ново-

Восприятие экономического роста в России и в Европе



годние праздники россияне потратили на 2% больше, чем планировали в момент проведения

Косметика, шоколад, книги и подарочные сертификаты занимают ведущие места среди новогодних подарков

опроса (в сентябре). Новогодний бюджет в этом году вырастет еще на 13,1% — до 19200 руб. Этот рост обеспечивается в основном за счет расходов на подарки и

Ожидания в отношении покупательной способности на 2014 год



Новогодние траты россиян



Состав новогоднего бюджета



Российская экономика глазами россиян



Динамика покупательной способности



развлечения, то есть структура бюджета приближается к европейской (см. «Состав новогоднего бюджета»).

Российский новогодний бюджет почти догнал среднеевропейский. Однако он по-прежнему существенно уступает лидерам: бюджет ирландцев выше почти в два раза. В среднем по Европе праздничный бюджет практически не изменился по сравнению с прошлым годом. Двухзначный рост бюджета ожидается только в России и на Украине.

До 51% возросла доля россиян, которые объясняют рост новогоднего бюджета желанием наслаждаться жизнью, не замечая плохой экономической ситуации (см. «Что побудит россиян увеличить праздничные расходы?»); причем среди людей старшего поколения (старше 55 лет) таких мнений еще больше — 58%.

В то же время снизилась доля тех, кто объясняет рост новогоднего бюджета увеличением реальных доходов. Выросла доля потребителей, стремящихся идти в ногу с инновациями и легко доверяющих чужому мнению.

Средний российский потребитель потратит 17% бюджета на

подарки самому себе, что является самым высоким показателем из всех европейских стран. При этом средний подарок для самого себя стал крупнее, чем был год назад, и для большинства является единственным.

Каждый третий рубль из бюджета на подарки будет потрачен на детей (собственных — 21%, чужих — 12%). В целом расходы на подарки детям неизменно снижаются на протяжении последних трех лет (в 2010 году они составляли 43%).

Россияне дарят сертификаты, которых хватит только на один подарок. Европейцы стараются выбирать номинал подарочных сертификатов с запасом. Средний номинал подарочного сертификата в России находится примерно на том же уровне, что и средняя стоимость подарка (27 евро; в 2012 году — 31 евро).

При этом в среднем по Европе номинал среднего сертификата более чем в полтора раза превышает среднюю стоимость подарка. На Украине средний номинал сертификата вырос вдвое — до 68 евро (см. «Средний номинал подарочного сертификата»).

Деньги в прошлогоднем рейтинге желаемых подарков лидировали с более существенным отрывом, чем сейчас. Среди подарков, которые хотели бы получить женщины, путешествие (53%) и деньги (53%) делят два первых места, а ювелирные украшения вытеснили косметику с третьего места, которое она занимала в прошлом году.

Мужчины предпочитают смартфоны (46%), деньги (45%) и планшетные компьютеры (35%). Смартфон вышел на четвертое место (28% против 22% в прошлом году) среди предпочтений старшего поколения (старше 55 лет). Более всего люди старшего поколения хотели бы увидеть под елкой деньги (46%), путешествие (35%) и планшетные компьютеры (28%).

Среди подарков, которые россияне будут покупать для взрослых, двойка лидеров не изменилась (косметика, шоколад), но отрыв от преследователей сократился. Книги вытеснили деньги с

ки как возможность оказать своим детям финансовую поддержку. При этом в европейских странах такая практика непопулярна.

Потребительское поведение

Россияне перестали увеличивать внеплановые расходы. Расходы россиян на спонтанные и незапланированные покупки стремительно росли в прошлом году (их увеличили 46% респондентов, а уменьшили лишь 5%), но в этом году разрыв уменьшился (28% респондентов их увеличили, 14% — сократили).

В целом темпы роста не жизненно важных расходов (одежда, отпуска, электроника, развлечения) снизились примерно на четверть. Интересно, что параллельно замедлились и расходы на медицину, на которую потратить больше в этом году готовы были 31% россиян (год назад — 38%).

Прошлогодняя тенденция продолжается: подход к покупке по-

Что побудит россиян увеличить праздничные расходы?



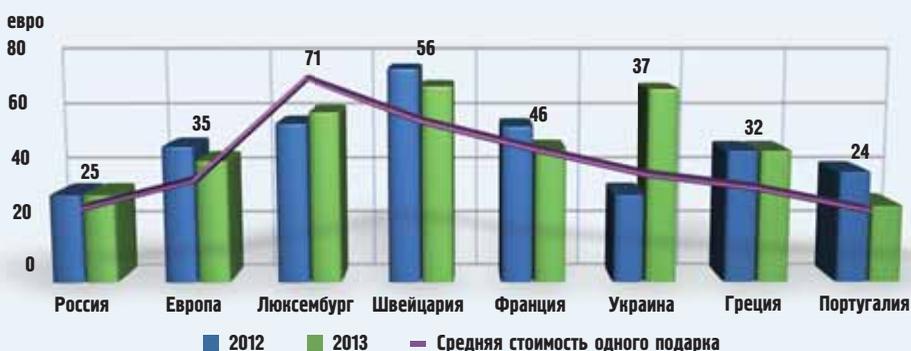
Подарки, которые с наибольшей вероятностью будут дарить на новогодние праздники взрослым людям

	Место и доля	
	2013 г.	2012 г.
Косметика/парфюмерия	1-е место 37%	1-е место 42%
Шоколад	2-е 32%	2-е 38%
Книги	3-е 20%	4-е 21%
Подарочные сертификаты	4-е 17%	5-е 18%
Деньги	5-е 17%	3-е 23%
Еда и напитки	6-е 14%	8-е 15%
Подарочные наборы	7-е 14%	7-е 16%
Подарочные карты	8-е 13%	16-е 12%
Косметический уход, массаж, SPA	9-е 11%	13-е 12%
Одежда/обувь	10-е 11%	12-е 13%

третьего места (см. «Подарки, которые с наибольшей вероятностью будут дарить на новогодние праздники взрослым людям»). При этом подарочные сертификаты и деньги делят четвертое место, что соответствует общеевропейской тенденции. В топ-10 появились также подарочные карты, SPA, одежда и обувь. В большинстве европейских стран первое место занимают книги. Детям же, по традиции, подарят шоколад (16%), видеоигры (14%) или книги (11%).

Более половины россиян рассматривают новогодние праздни-

Средний номинал подарочного сертификата



Место покупки подарков



дарков становится более обдуманным. Каждый третий будет

Россияне любят баловать себя самого, однако на подарки детям они тратят меньше, чем европейцы

уделять больше внимания полезности подарка. Среди мужчин

Большинство россиян хотят получить в подарок деньги, для них праздники — это повод оказать своим детям финансовую поддержку

доля таких респондентов составила 24%, среди женщин — 39%. На треть меньше людей будут делать в праздники спонтанные покупки.

Подход к покупке подарков становится более обдуманным, хотя многие россияне покупают подарки в последний момент

Планируемое использование потребительских кредитов и займов от родственников продолжа-

Рост подарков, покупаемых через Интернет, остановился на уровне 30%, интернет-заказы могут доставляться с задержкой, но большинство россиян это не пугает

ет сокращаться теми же темпами, как и в прошлом году (-28%). В

Оценка россиянами влияния программ лояльности на принятие решений о совершении покупок



прошлом году тенденция экономии денежных средств активно росла (+20%); в этом году данный рост заметно снизился (+4%).

Число людей, покупающих в подарок вещи, бывшие в употреблении, в очередной раз сократится вдвое. Данные тенденции являются общими со странами Европы, но в России многие из них выражены даже более ярко.

Лояльности к местным производителям при выборе подарков остается на очень высоком уровне.

Многие россияне покупают подарки в последний момент: 40% подарков традиционно приобретаются в период между 15 и 24 декабря. У европейцев сезон покупок открывается раньше. Но женщины подходят к данному процессу более ответственно: покупают подарки в среднем на

пять дней раньше (13 декабря), чем мужчины (18 декабря).

Женщины и молодежь более охотно участвуют в программах лояльности. Влияние программ лояльности на мужчин примерно на 10% ниже, чем на женщин. Из всех возрастных групп наиболее подвержены влиянию программ лояльности потребители от 25 до 34 лет. При этом 30% старшего поколения (старше 55 лет) утверждают, что они вообще не обращают внимания на программы лояльности (см. «Оценка россиянами влияния программ лояльности на принятие решений о совершении покупок»).

Скидки здесь и сейчас — лучшая программа лояльности, а ваучеры теряют популярность. Получение немедленной скидки лидировало в рейтинге видов

Доля покупок в Интернете



программ лояльности и в прошлом году, но сейчас отрыв увеличился еще больше. Различные виды накопления баллов, которые можно впоследствии потратить на покупки, теряют и без того слабые позиции.

Каналы продаж

Среди критериев выбора розничного магазина россиянами лидирует удобство совершения покупок (55%) и широта ассортимента (50%), тогда как в Европе лидирует цена (59%), которая для россиян находится на третьем месте (41%). При этом для мужчин удобство совершения покупок менее важно, чем для женщин, а цена, наоборот, более важна.

Среди потенциальных направлений развития розничных магазинов, одобряемых россиянами, резко вырвалось вперед снижение цен (второе место в прошлом году). Популярность службы до-

ставки на дом повысилась, она вышла с пятой на третью строчку. Услуга электронной коммерции откатилась с первой строчки на четвертую.

Россияне в целом идут в ногу с Европой, покупая 29% подарков через Интернет, хоть этот процент и снизился по сравнению с прошлым годом — 32% см. («Место покупки подарков», «Доля покупок в Интернете»). Старшее поколение россиян (старше 55 лет) покупает в онлайн около трети всех книг, электроники и товаров для досуга. Они почти не отстают по этому показателю от среднего россиянина (разрыв в пределах 2%).

Более половины россиян будут чаще обращаться к Интернету при выборе покупок. Наиболее активно осваивают современные технологии женщины и молодежь. При поиске идей для высокотехнологичных подарков 29% россиян полагаются исключительно на Интернет-источники, тогда как в Европе этот процент достигает 39%.

В 36% случаев россияне перед совершением покупки в Интернете идут в обычный магазин, чтобы увидеть товар своими глазами. Из заказанных россиянами в прошлом году через Интернет новогодних подарков 15% не были доставлены вовремя (в Европе — 9%). Половина людей, столкнувшихся с этой ситуацией, решили не отказываться из-за нее от совершения онлайн-покупок в этом году, но они сделают заказ раньше; 29% во избежание проблем намерены сменить интернет-магазин, и только 7% отказались от совершения новогодних покупок в Интернете.

Все больше россиян (29% в этом году против 22% год назад) уже используют смартфон для совершения покупок, а 66% собираются делать это в будущем. В целом по Европе смартфон чуть менее популярен для совершения покупок, чем в России, но число его поклонников все-таки растет (26% в этом году против 20% год назад).

Ивановскому В.Н.

заведующему кафедрой РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина

Уважаемый Владимир Николаевич!

«Новомет» поздравляет Вас с юбилеем. Мы желаем Вам неиссякаемой энергии, дальнейших успехов на трудовом и творческом поприще, благополучия, здоровья и счастья.

Ваш путь к покорению сегодняшних вершин — это пример целеустремленности и уверенного движения вперед. Все началось в далеком 1971 году с выбора вуза, как оказалось впоследствии главного учебного заведения Вашей жизни — РГУ нефти и газа (тогда еще МИНХиГП) им. И.М.Губкина.

Выбор специальности — «машины и оборудование нефтяных и газовых промыслов, насосных и компрессорных станций» — также оказался судьбоносным. Путь от стажера-исследователя, только что окончившего вуз в 1976 году, до профессора, доктора наук, заведующего кафедрой, автора более 170 научных работ, члена Экспертного совета ВАК по проблемам нефти и газа отнюдь не был усыпан розами.

И сегодня Вы там, где решаются ключевые проблемы отрасли: на кафедре, где учатся будущие Арутюновы и Богдановы, на месторождениях Сибири, где работает нефтяное оборудование, на конференциях и семинарах, где обсуждаются проблемы и «обкатываются» инновационные решения. Сфера Ваших научных интересов — от разработки ступеней и программы подбора «Автотехнолог» до глобальных технических задач современной нефтедобычи — настолько обширна и разнопланова, что остается лишь удивляться, как один человек в состоянии со всем этим справиться.

Еще раз поздравляем Вас с юбилеем!



Генеральный директор «Новомет»
Олег Перельман

 **НОВОМЕТ®**