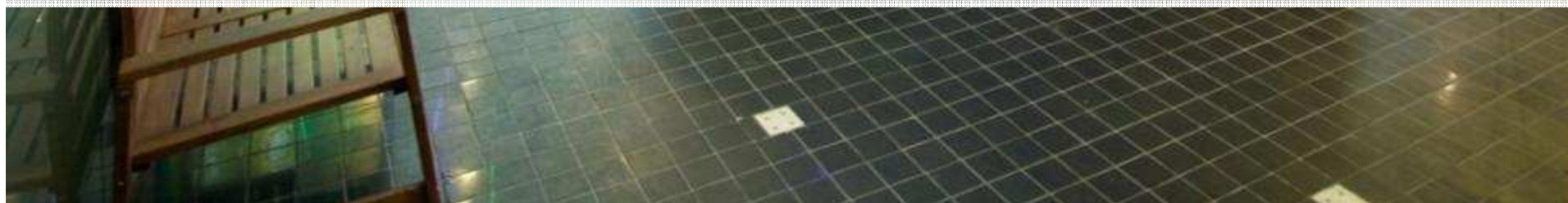




Потребительские настроения, благосостояние и фешн-ритейл

Глеб Вышлинский, заместитель директора, GfK Ukraine



План презентации

- 1 Потребительские настроения и благосостояние
- 2 Потребительские предпочтения: пример Киева



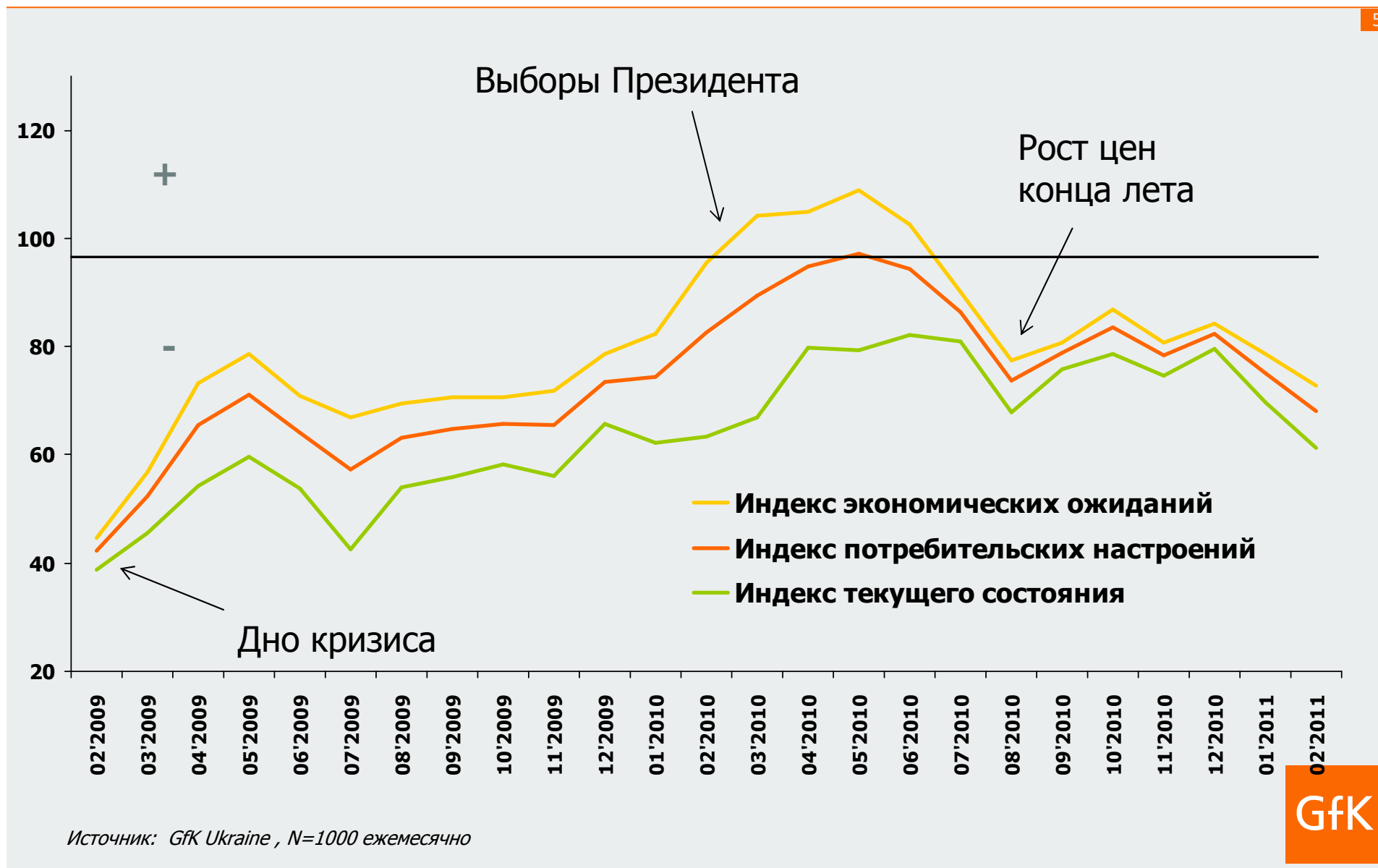
- 1** Потребительские настроения и благосостояние
- 2 Потребительские предпочтения: пример Киева



Потребительские настроения росли быстрее, чем экономика, но недолго...



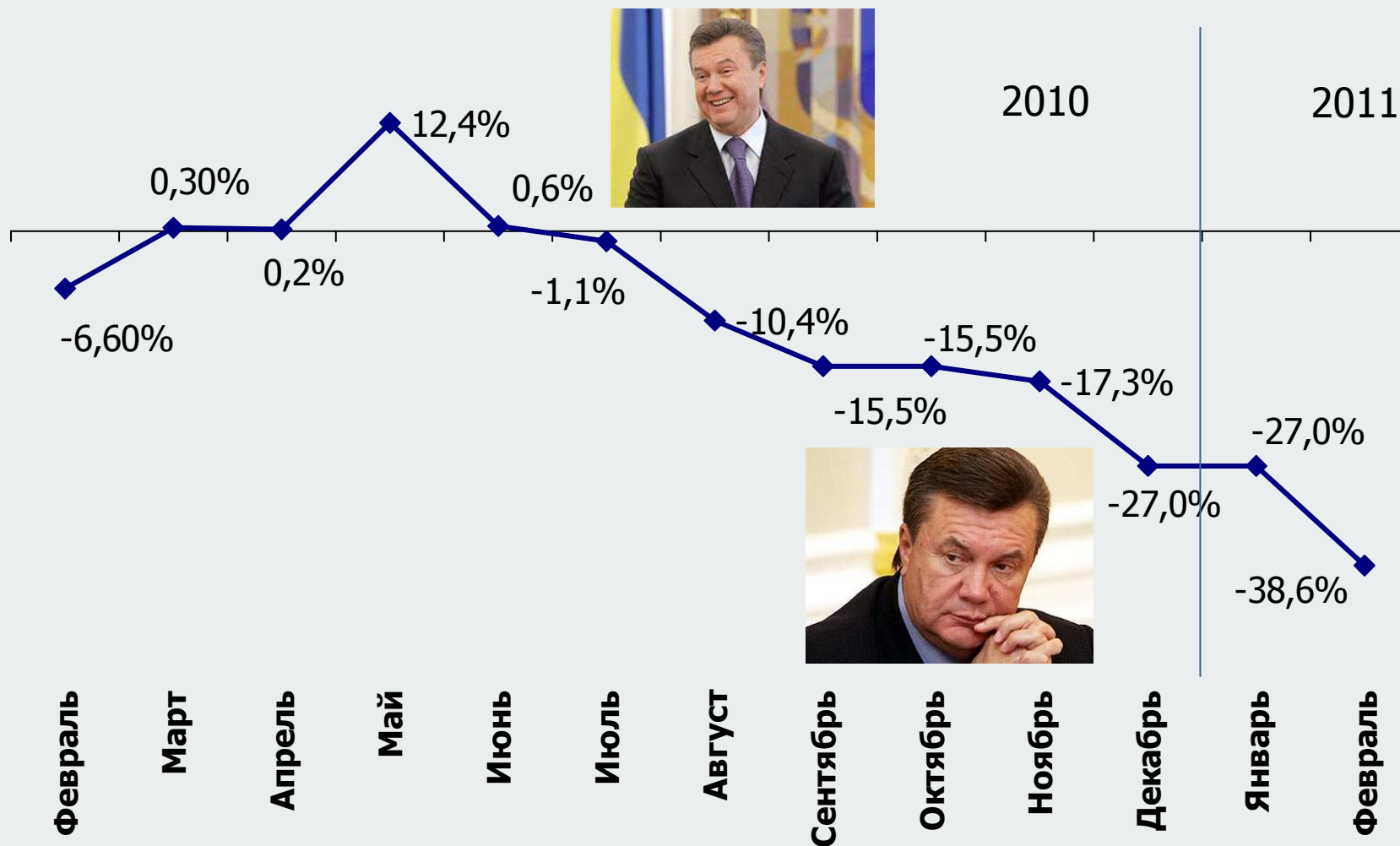
Будущие ожидания чувствительны к уровню доверия к власти и инфляционным ожиданиям



Баланс доверия-недоверия к Виктору Януковичу

Процент частично и полностью доверяющих минус процент частично и полностью не доверяющих

6

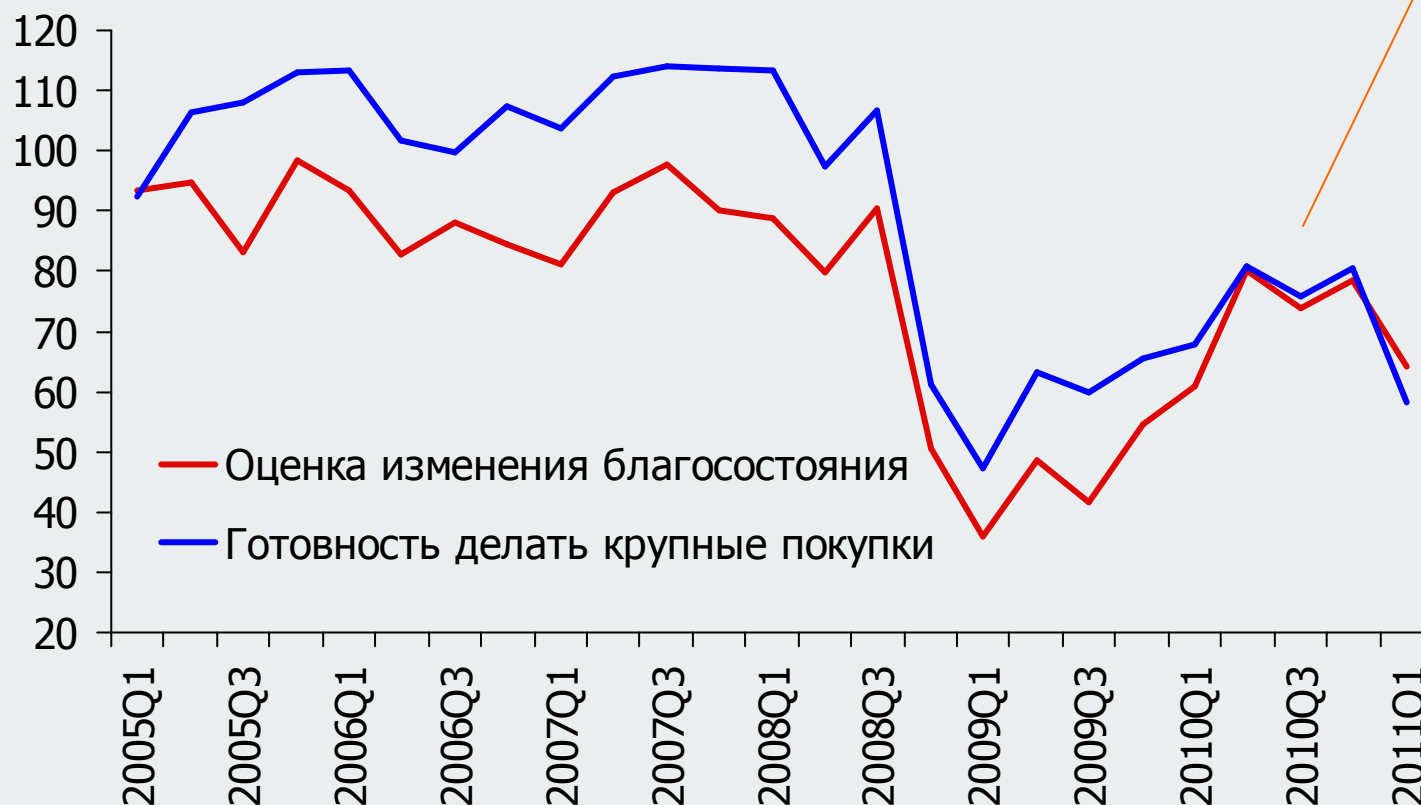


Источник: GfK Ukraine, N=1000 ежемесячно

Кризис подорвал готовность потребителей к необоснованным тратам



В послекризисный период разрыв между оценкой благосостояния (что потребитель может себе позволить) и готовностью делать крупные покупки сократился.



Источник: GfK Ukraine, N=1000 ежемесячно

А что объективно могут себе позволить?

8



Источник: GfK Ukraine, N=1000 ежемесячно

- 1 Потребительские настроения и благосостояние
- 2 Потребительские предпочтения: пример Киева



Методология

10

Выборка: 1235 компьютеризированных телефонных интервью с киевлянами в возрасте 18-55 лет

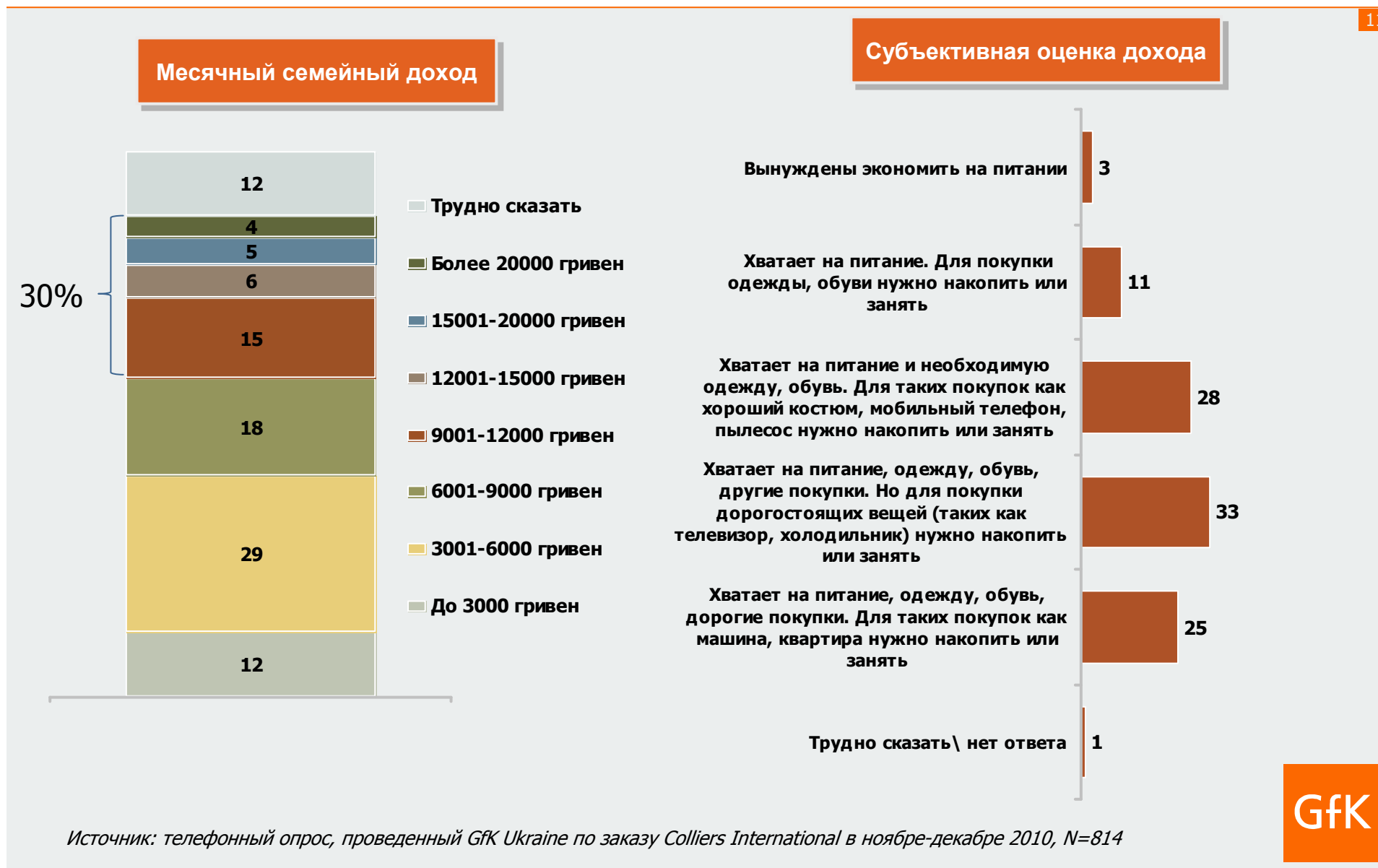
Время проведения: ноябрь-декабрь 2010

Заказчик:



Финансовое положение

% респондентов



Основное место покупки одежды и обуви

% респондентов

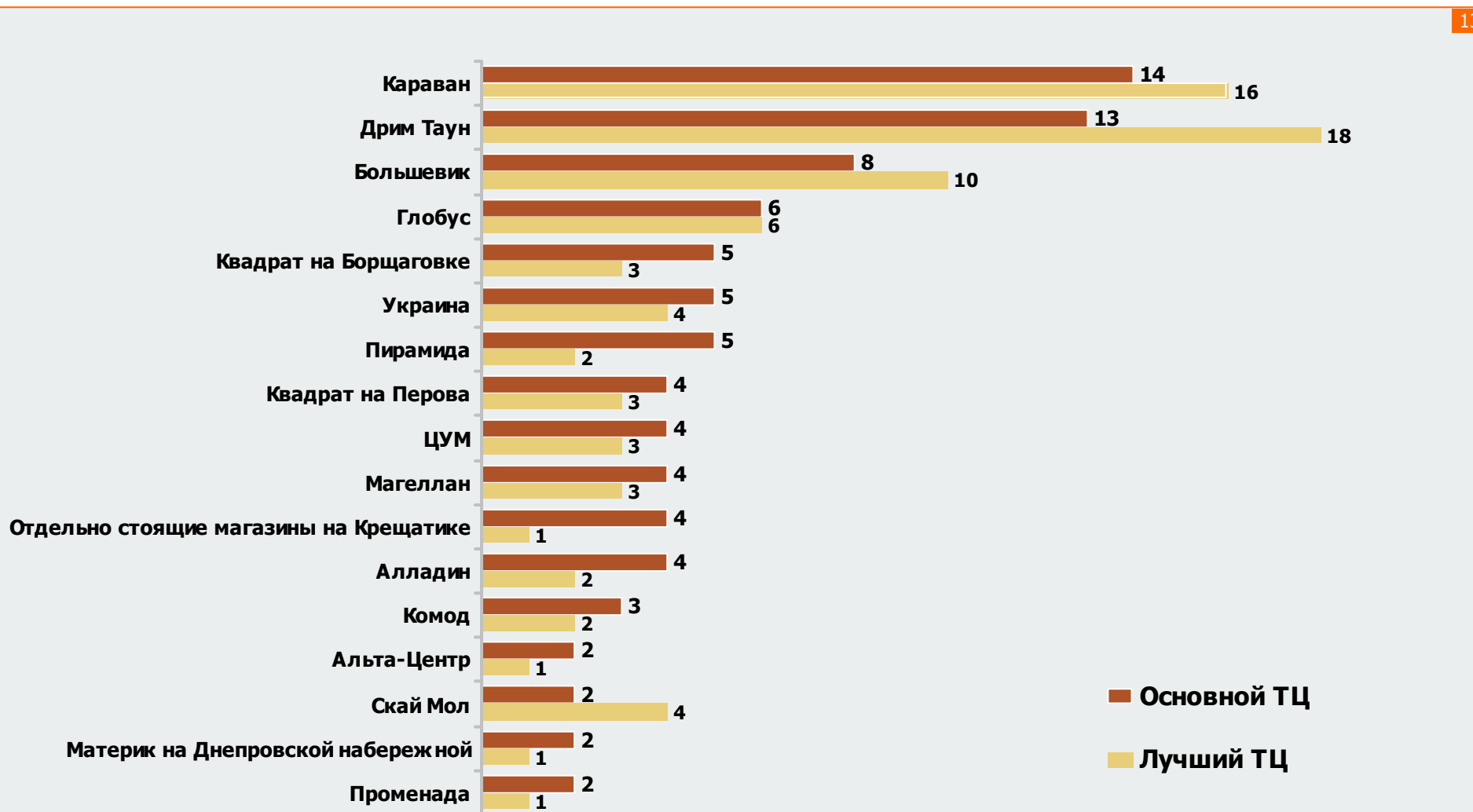
12



Источник: телефонный опрос, проведенный GfK Ukraine по заказу Colliers International в ноябре-декабре 2010, N=1235

Торговые центры

% респондентов



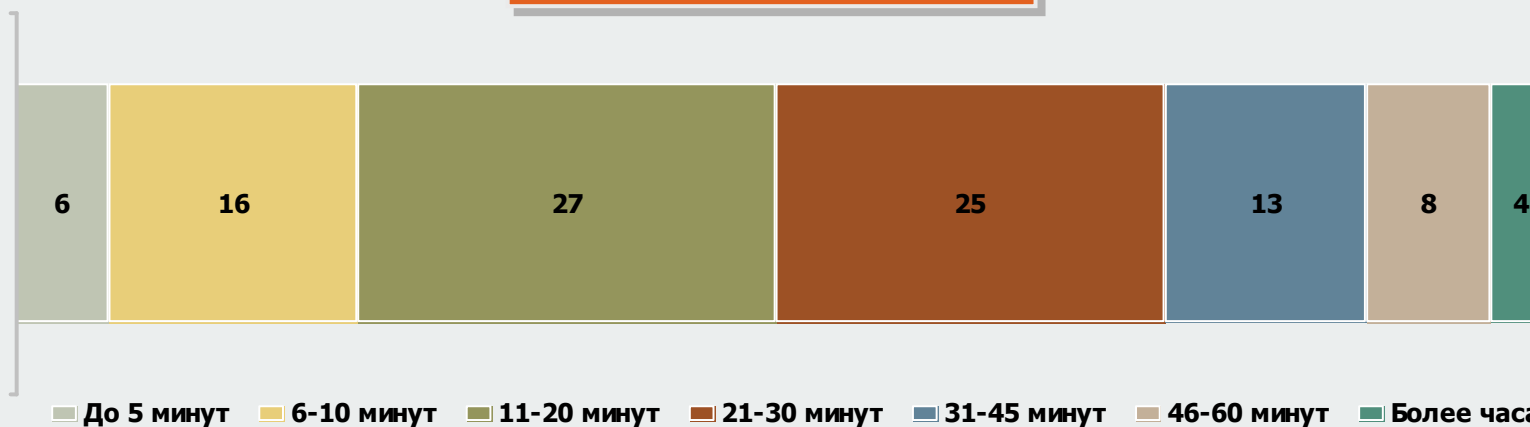
Источник: телефонный опрос, проведенный GfK Ukraine по заказу Colliers International в ноябре-декабре 2010, N=814

Путь к основному ТЦ

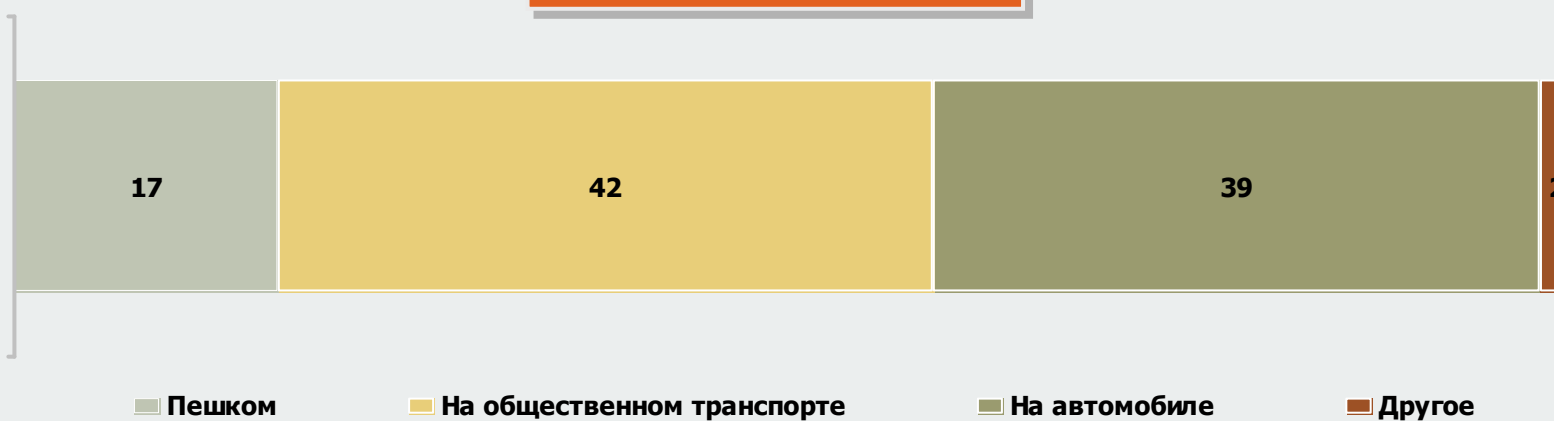
% респондентов

14

Время на дорогу



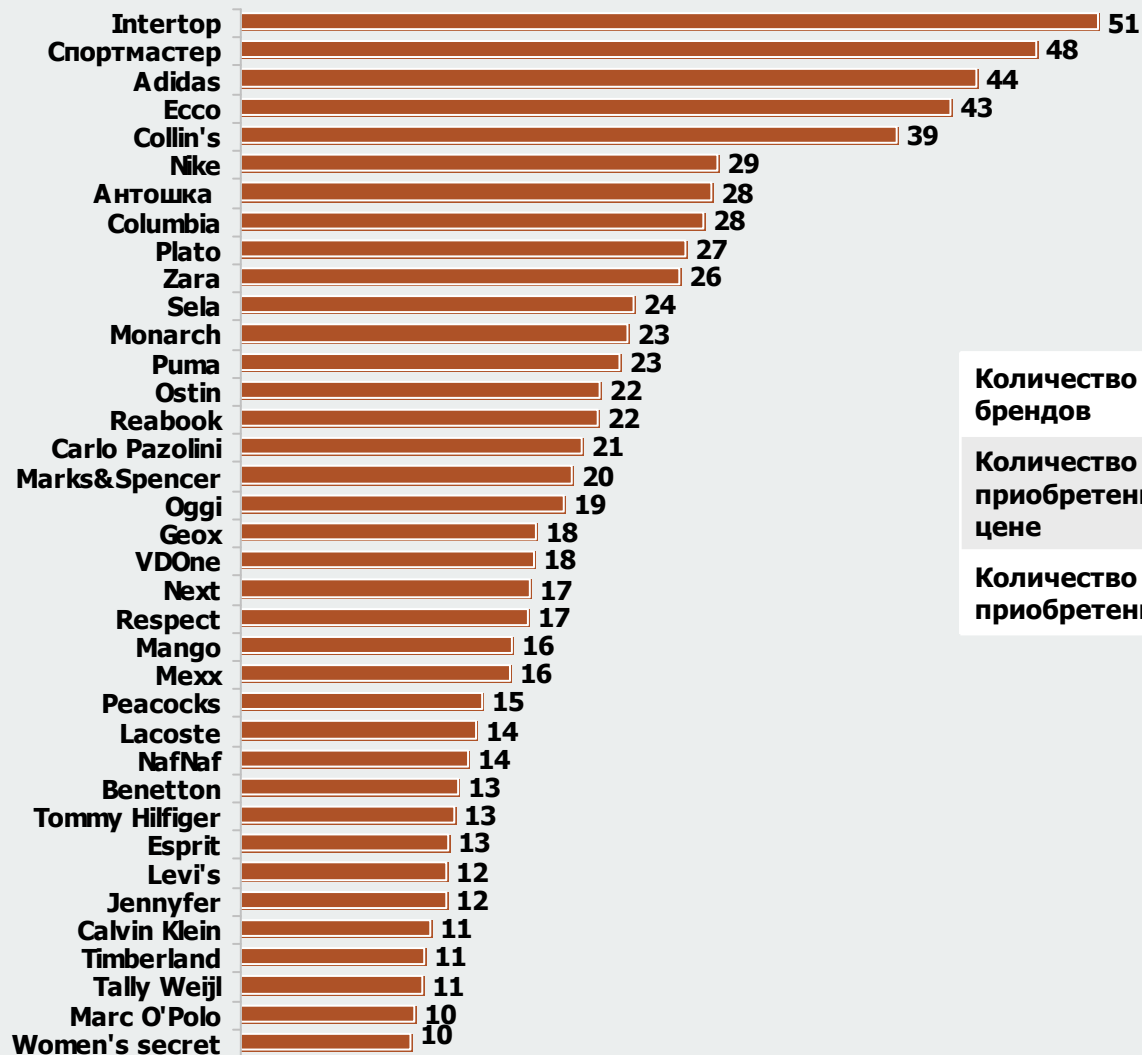
Транспорт



Источник: телефонный опрос, проведенный GfK Ukraine по заказу Colliers International в ноябре-декабре 2010, N=814

Покупка брендов одежды и обуви (за 2010 год)

% респондентов



15

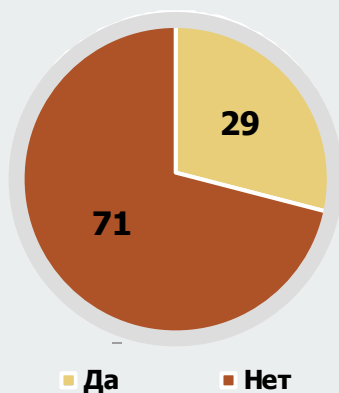
Количество приобретаемых брендов	9,97
Количество брендов, приобретенных по стандартной цене	5,04
Количество брендов, приобретенных на распродаже	3,30

Источник: телефонный опрос, проведенный GfK Ukraine по заказу Colliers International в ноябре-декабре 2010, N=814

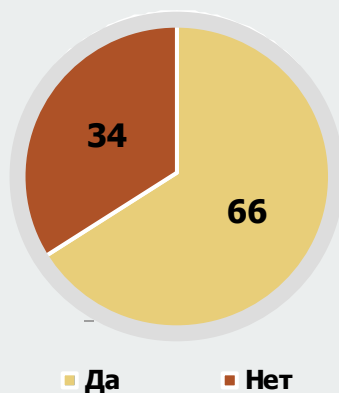
Покупки за границей

% респондентов

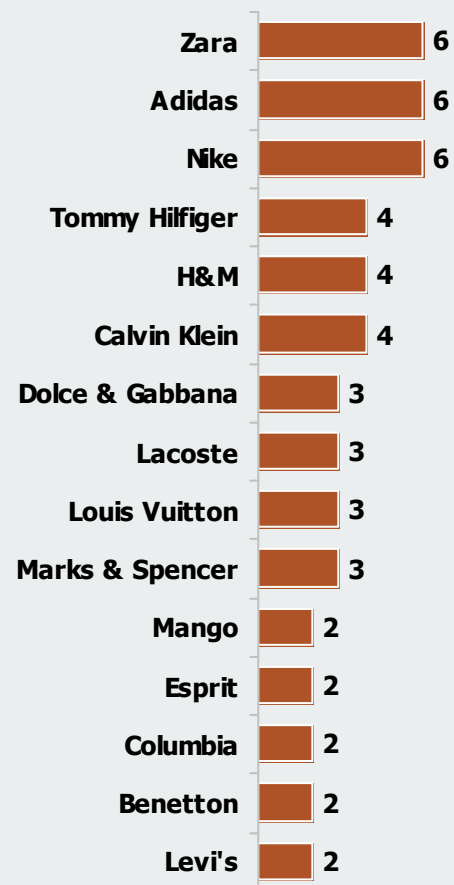
Ездили ли Вы за границу в этом году?



Вы делали там покупки одежды и обуви?



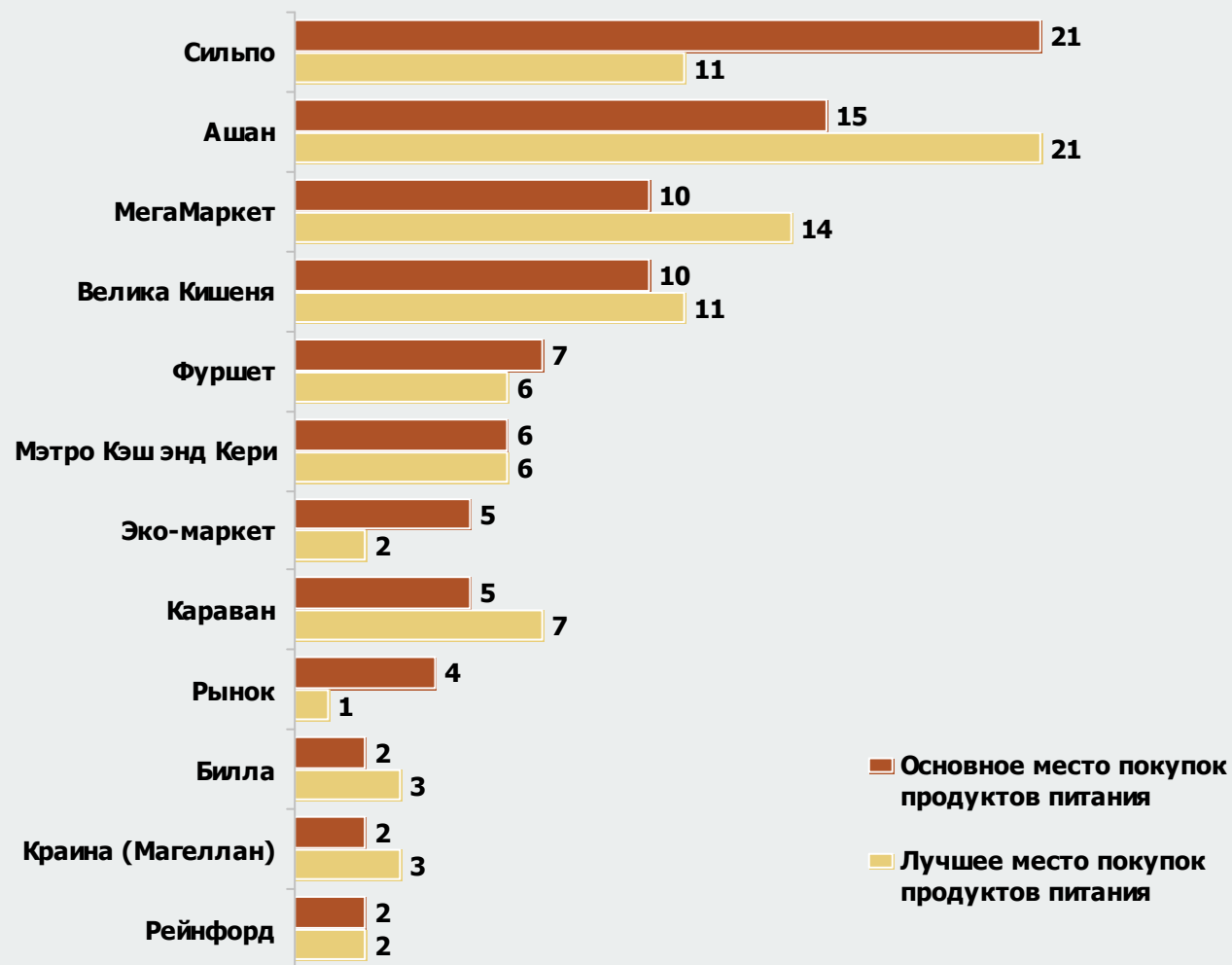
Бренды, покупаемые за границей



16

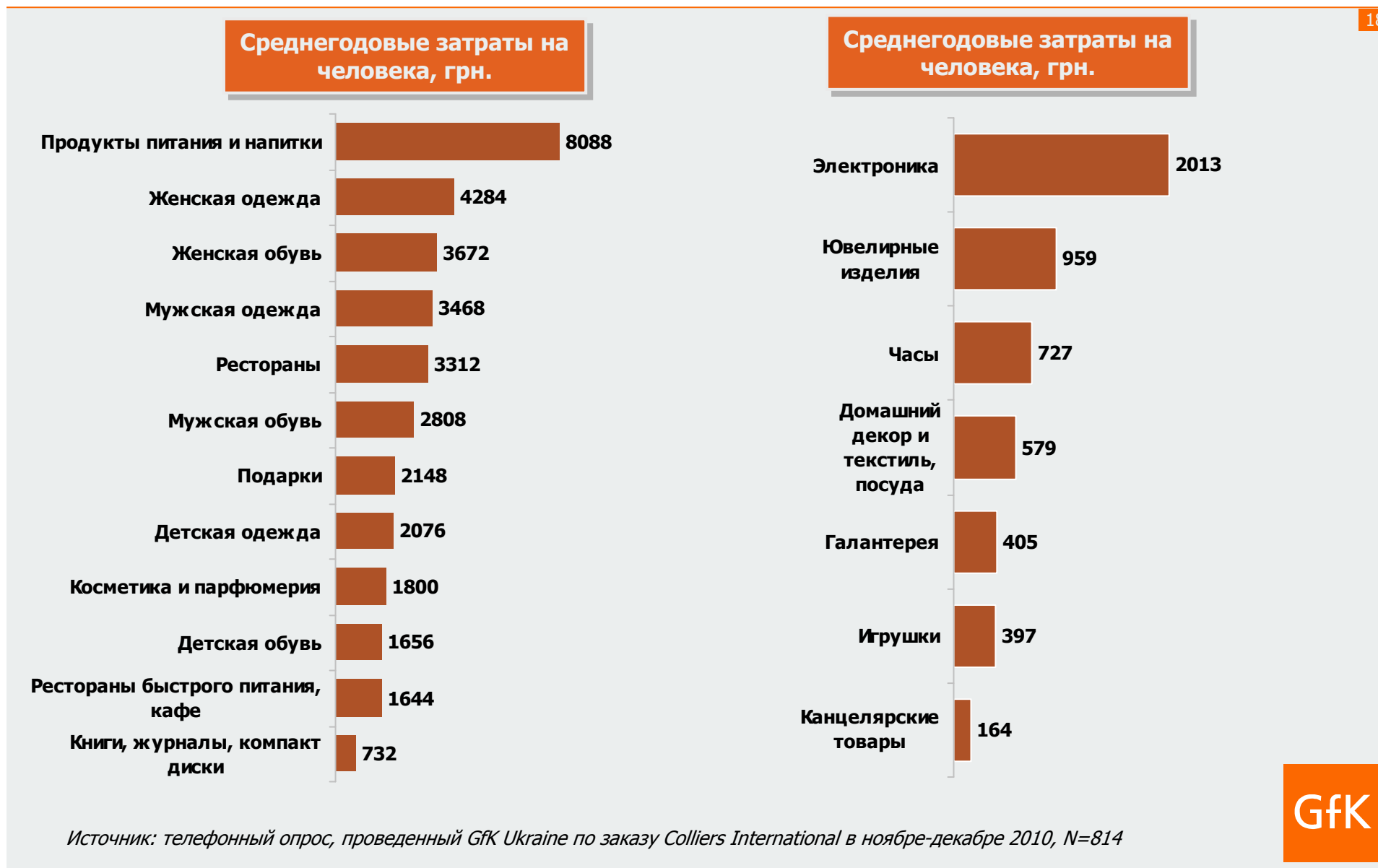
Места покупки продуктов питания

% респондентов



Источник: телефонный опрос, проведенный GfK Ukraine по заказу Colliers International в ноябре-декабре 2010, N=814

Среднегодовые затраты по категориям товаров





Спасибо за внимание!

hlib.vyshlinsky@gfk.com, (044) 230-0260, (067) 500-4500

