

В кризис россияне готовы переплачивать за икру и алкоголь

Пресс-релиз

Агентство маркетинговых исследований Profi Online Research опубликовало результаты исследования за III квартал 2009 года «Изменения в поведении и мотивации потребителей во время кризиса»¹. Эксперты компании определили основные причины, которые могут повлиять на принятие решения людей купить продукты более дорогих марок.

Исследование в очередной раз подтвердило, что россияне не готовы экономить на своих детях и любимых людях. На них они готовы тратить больше, приобретая более престижные и дорогие марки детского питания (74%), фруктов (49%), сладостей (41%), молочных продуктов (41%) и напитков (40%) – см. рис. №1.

Несмотря на то, что финансовый кризис стал причиной того, что многие россияне стараются экономить даже на еде, праздник оказывается весомым поводом, чтобы переплатить за некоторые категории продуктов. Так 62% опрошенных отметили, что готовы выложить больше денег за алкогольные напитки и икру (48%). Некоторые указывали, что также делают более дорогие покупки, чтобы побаловать себя и поднять себе настроение. Большинство из них для этих целей «раскошеляется» на табак, чай, кофе, дорогостоящие марки сыров, сладости, алкоголь и колбасу.

Бакалея, макаронные изделия, приправы, яйца и хлеб – продукты, переплачивать за которые оказались не готовы более половины участников исследования. Несколько меньшее число респондентов, покупающих те или иные продукты, отметили, что ни при каких условиях не готовы отдавать больше обычного за консервы, молочные продукты, табачные изделия, овощи и полуфабрикаты.

¹ Исследование проводилось методом интерактивного опроса 1000 потребителей продовольственных товаров, которые проживают в городах РФ, население которых 500 000 +. Были проанализированы перемены, произошедшие у респондентов по отношению к следующим категориям товаров: продукты питания, непродовольственные товары и услуги.

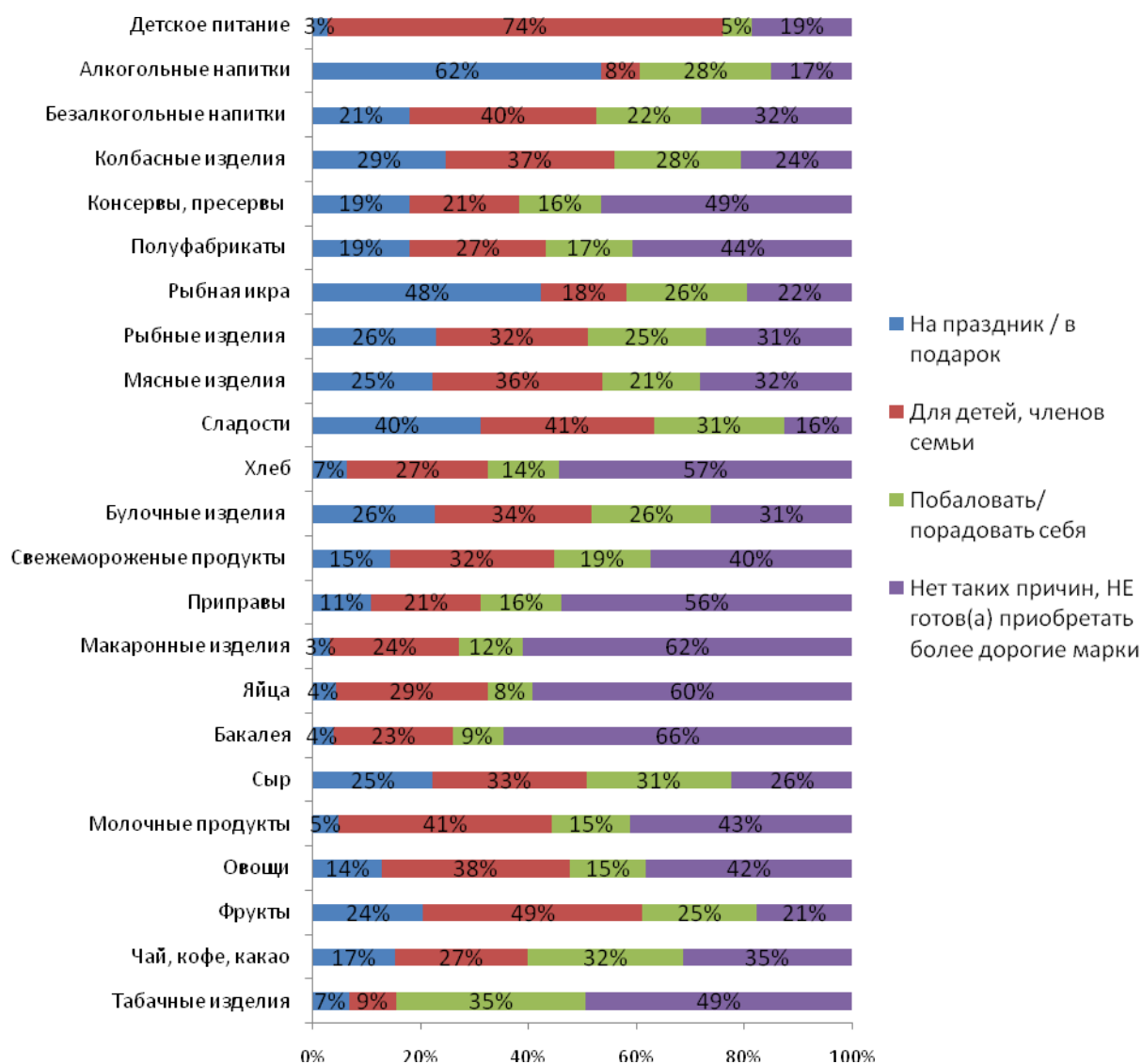


Рис. №1: Причины покупки более дорогих товаров/марок

Информация о компании:

Компания *Profi Online Research* специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых технологиях. На данный момент онлайн панель компании насчитывает более 82 000 респондентов.
www.profiresearch.ru

По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к **Валерии Ериной** – тел. (495) 930 06 93, valeria@profiresearch.ru