

9 из 10 россиян совершают незапланированные покупки

- 55% россиян покупают товары не «по списку», когда видят выгодное предложение
- 37,7% россиян считают, что незапланированные покупки – отличный способ порадовать себя

07 сентября 2022 года – Новое совместное исследование Fix Price и Romir помогло выяснить отношение россиян к спонтанным тратам. Опрос проводился среди женщин и мужчин России в возрасте от 18 до 64 лет, которых спрашивали о тратах на незапланированные покупки, а также об изменениях в их потребительском поведении в этом году.

Результаты исследования показали, что 92,4% опрошенных время от времени совершают незапланированные покупки и тратят на них в среднем от 100 до 300 рублей за каждое посещение магазина.

Однако 45,6% респондентов отметили, что стали совершать меньше незапланированных трат за последние 5 месяцев, 10,2% — больше, еще 44,2% заявили, что в этом плане ничего не изменилось. При этом женщины сокращают спонтанные покупки сильнее, чем мужчины: среди них 48,2% стали совершать меньше таких покупок за последнее время, а среди мужчин только 42%.

Повод для радости или запасы на будущее: причины спонтанных покупок

Чаще всего россияне делают незапланированные покупки, если замечают выгодное предложение на товар, – такой ответ выбрали 55,4% опрошенных. Также 37,7% респондентов считают, что спонтанные покупки для них – это способ развлечься и порадовать себя, а 26,4% опрошенных таким образом делают запасы товаров на будущее. Также незапланированные траты совершаются для того, чтобы порадовать своих детей, – за такой ответ проголосовали 24,1% россиян.

По признаниям россиян, незапланированные покупки довольно часто вызывают у них позитивные эмоции. При этом половина опрошенных (50,4%) испытывают радость от спонтанных покупок часто или постоянно, 38,4% – иногда, и только 11,3% испытывают их редко или вовсе не испытывают.

Виктория Смирнова, директор департамента маркетинга Fix Price, прокомментировала:

«При исследовании нам хотелось посмотреть, как поменялось отношение людей к спонтанным тратам за последние 4-5 месяцев и, как показал опрос, большинство россиян не отказалось от них и совершают, например, чтобы порадовать себя и детей или пополнить домашние запасы. Людям по-прежнему важны эмоции от недорогих, но приятных покупок. В магазинах Fix Price 64% ассортимента постоянно ротировается, и это значит, что мы регулярно предлагаем покупателям новые, интересные товары, которые делают жизнь приятней».

На что и сколько тратят

Треть россиян (32,7%) ответили, что за одно посещение магазина тратят на спонтанные покупки от 100 до 300 рублей. Еще 29,9% опрошенных тратят от 300 до 500 рублей дополнительно, а 22,5% отдадут за незапланированные покупки более 500 рублей за один поход в магазин.

В целом, среди популярных товаров спонтанного спроса преобладают мороженое (такой ответ выбрали 36% россиян), кондитерские изделия (30,8%) и газированная вода (25,7%). Женщины, помимо этого, отвечали, что незапланированно закупаются средствами личной гигиены (21,2%), уходом за волосами (20,1%), моющими средствами (19,4%), а также средствами для стирки (18,7%). Мужчины незапланированно покупают алкогольную продукцию (21,7%), автомобильные принадлежности (18,3%) и средства для бритья (9,2%).

Анастасия Сидорина, директор по работе с клиентами Romir:

«Незапланированные покупки – это не только приобретение товаров по выгодному ценовому предложению, но в том числе и способ порадовать себя. Безусловно, сегодня ключевой потребительский паттерн – это паттерн экономии, однако, несмотря на это, спонтанные покупки остаются для россиян возможностью побаловать себя в рамках привычного визита в магазин. В период кризиса значимость и роль спонтанных приобретений как дополнительных источников радости и возможности снятия стресса только растет».

Незапланированные покупки в онлайн-магазинах совершают лишь 3,4% опрошенных. Чаще делать спонтанные покупки онлайн людям, согласно ответам, мешает невозможность предугадать качество выбранного продукта (так ответили 38,1% опрошенных). Еще 22,4% респондентов отмечают, что просто любят ходить за покупками в офлайн-магазины.

Об исследовании

Опрос был проведен с 5 по 8 августа 2022 года на базе единой панели данных Ромир с участием только верифицированных респондентов. Выборка составила 1 000 человек и является репрезентативной для населения городов России с численностью более 10 000 человек.

О Fix Price

Fix Price (LSE и MOEX: FIXP) — одна из ведущих на международном рынке и крупнейшая в России сеть магазинов низких фиксированных цен, которая помогает покупателям экономить каждый день с момента основания компании в 2007 году. Fix Price предлагает уникальную продукцию и постоянно ротирует ассортимент, включающий непродовольственные позиции, дрогери, а также продукты питания по низким фиксированным ценам.

На 30 июня 2022 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 5 267 магазинов в России и странах ближнего зарубежья, в каждом из которых представлены порядка 2 000 позиций в примерно 20 товарных категориях. Помимо собственных торговых марок, Fix Price реализует продукцию местных производителей и ведущих мировых брендов. По состоянию на 30 июня 2022 года Компания управляла 8 распределительными центрами и работала в 80 регионах России, а также в 6 зарубежных странах.

В 2021 году выручка Компании составила 230,5 млрд руб., EBITDA – 44,2 млрд руб., чистая прибыль – 21,4 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

О Ромир

Ромир – крупнейшая частная исследовательская компания, ориентированная на всестороннее изучение современного человека при помощи инновационных методов и технологий. С 1987 г. специализируется на масштабных маркетинговых, кросс-медийных, общественных и социально-экономических исследованиях. Входит в М-Холдинг.

Контакты Fix Price

Екатерина Чарушина
echarushina@fix-price.ru

Юлия Гаврилова
y.gavrilova@promoage.ru
+7 909 217 59 50

Контакты Ромир

Татьяна Кузнецова
Kuznetsova.T@rmh.ru
+7 (926) 519-66-13