

В Fix Price растет доля покупателей-мужчин — исследование

Кроме того, в Fix Price стало ходить больше студентов и офисных сотрудников

21 февраля 2022 года — За последние 10 лет мужчины стали чаще ходить за покупками в магазины сети Fix Price, показало исследование, проведенное компанией Vector Market Research для Fix Price. Доля покупателей-мужчин в 2021 г. составила 32%, что на 6 процентных пунктов больше, чем в 2011 г. (26%). Доля покупательниц, соответственно, за этот период снизилась с 74% до 68%.

В зависимости от пола несколько отличается и выбор покупок. Так, у мужчин в Fix Price в 2021 году, по данным исследования, в топ-категорий товаров вошли продукты питания (68% мужчин ответили, что покупают их периодически), бытовая химия (64%), предметы и средства личной гигиены (59%). У женщин топ регулярно покупаемых товаров выглядит несколько иначе — бытовая химия (79%), товары для уборки (73%) и предметы и средства личной гигиены (70%). Категория товаров, которая у мужчин пользуется большим спросом, чем у женщин – товары для ремонта: их регулярно покупает 35% женщин против 38% мужчин. Наибольшая разница в популярности покупок между мужчинами и женщинами наблюдается в категориях товаров для кухни и товаров для ванны и туалета (54% и 70% соответственно; 16 п.п.), наименьшая – в продуктах питания (68% и 70% соответственно; 2 п.п.).

Средний чек у женщин в магазинах Fix Price в прошлом году составил 419 руб., а у мужчин – 386 руб., следует из данных программы лояльности сети.

Кроме того, за последние пять лет изменился состав покупателей сети с точки зрения дохода. Половина посетителей сети Fix Price в России — 51% — в 2021 г. сообщили, что доход на одного члена их семьи составляет от 20 до 40 тыс. руб. в месяц, 30% имеют доход до 20 тыс. руб., еще 18% живут с доходом выше 40 тыс. руб. в месяц на человека. При этом за пять лет наиболее существенно — в три раза — выросла доля покупателей с доходом свыше 40 тыс. руб. в месяц на человека (6% в 2016-м), а доля покупателей с доходом ниже 20 тыс. руб. в месяц на человека снизилась почти в два раза (с 54%).

Что касается социального статуса покупателей магазинов, то с 2016 года выросла доля таких категорий, как студенты (с 9% до 11%), офисные работники (с 22% до 25%) и руководители (с 9% до 11%), а доля пенсионеров, наоборот, снизилась с 24% до 14%. Не изменилась доля людей рабочих специальностей, оставшись на уровне 20%.

Виктория Смирнова, директор департамента маркетинга Fix Price, прокомментировала:

«Тот факт, что за последние 10 лет доля покупателей-мужчин немного подросла, на мой взгляд, свидетельствует о проникновении современного тренда повышения вовлеченности мужчин в домашние дела, а увеличение доли средне- и высокодоходных покупателей – отражение глобального тренда на рационализацию потребления, когда потребители не хотят переплачивать за повседневные товары сопоставимого качества. На протяжении нескольких лет мы видим, что ключевыми покупателями Fix Price в России являются женщины в возрасте 25-55 лет со средним доходом на одного члена семьи на уровне 30 тысяч рублей в месяц. Вместе с тем наша покупательская база диверсифицируется и по доходам, и по сферам занятости, и по социально-демографическим характеристикам. Наша целенаправленная работа по обеспечению разнообразия категорий и товаров в ассортименте Fix Price позволяет нам удовлетворять запросы совершенно разных сегментов покупателей.»

Исследование Vector Market Research проводилось в ноябре 2021 года в 10 городах России с населением более 1 млн человек, где представлены магазины Fix Price. Участие в опросе приняли 1 150 респондентов.

О Компании

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

На сегодняшний день сеть магазинов Fix Price насчитывает более 4 900 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.

В 2020 году выручка Компании составила 190,1 млрд руб., EBITDA – 36,8 млрд руб., чистая прибыль – 17,6 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

Контакты

Отдел по связям с инвесторами

Елена Миронова

ir@fix-price.com

+7 495 902 50 00 (ext. 1918)

Отдел по связям со СМИ

Екатерина Лукина

elukina@fix-price.ru

+7 967 009 32 70