

## 70% РОССИЯН ПРЕДПОЧТУТ СХОДИТЬ В ОФЛАЙН-МАГАЗИН, ЕСЛИ В НЕМ НИЗКИЕ ЦЕНЫ – ИССЛЕДОВАНИЕ FIX PRICE И РОМИР

**30 октября 2023 года** – Сеть магазинов низких фиксированных цен Fix Price совместно с исследовательским холдингом Ромир провела исследование<sup>1</sup> на тему того, какие факторы влияют на выбор россиянами места совершения повседневных покупок.

Выяснилось, что 70% будут покупать товары повседневного спроса в офлайн-магазинах, если там будут низкие цены, 69% – если этот магазин удобно расположен. Еще 66% признались, что некоторые категории товаров повседневного спроса им проще покупать офлайн, чем онлайн. Предпочитают исключительно онлайн-шопинг почти треть (31%) респондентов.

Чем привлекательнее цена, тем больше покупателей готовы предпочесть офлайн-магазины онлайн-шопингу. Так, отправиться в физический магазин за выгодой в 5% готовы 5% опрошенных, за выгодой в 5-10% – 17%, а за выгодой 10-30% – уже 34%. Таким образом, более половины покупателей (55%) готовы отправиться в офлайн-магазин при выгоде до 30%, еще 15% – при выгоде от 30 до 50%.

---

*«Найти хрупкий баланс между низкой ценой и удобством совершения покупок - непростая задача, решить которую игроки ритейл-рынка стараются уже не один год. Бизнес-модель Fix Price ориентирована в первую очередь на обеспечение беспрецедентно низких цен, чем и обусловлен фокус на офлайн-росте сети и предоставлении онлайн-сервисов для дополнительного удобства клиентов. Мы видим, что большинство покупателей сегодня приоритизируют фактор цены. Стратегия Fix Price остается последовательной – обеспечение низкой цены в удобно расположенных офлайн-магазинах и расширение географии сети с одновременным повышением удобства совершения покупок как в магазинах, так и через онлайн-сервис».*

**Екатерина Гончарова, директор по коммуникациям Fix Price**

---

Охотнее всего офлайн-магазины с низкими ценами россияне ищут в таких категориях товаров, как одежда и обувь (78% и 75% соответственно), товары для дома и кухни (63%), бытовая химия (59%) и продукты питания с длительным сроком хранения (58%).

<sup>1</sup> Исследование проводилось на базе потребительской панели Ромир в октябре 2023 года в различных городах России с населением 10 000 человек и больше. В исследовании приняли участие 950 человек. Выборка квотированная и репрезентативна населению России.

---

*«Несмотря на бурный рост онлайн-торговли именно офлайн-рынок остается ключевой формой взаимодействия бизнеса со своим покупателем. Это связано с тем, что именно офлайн обеспечивает закрытие сразу нескольких потребностей, таких как: удобство расположения, широкая ассортиментная матрица, которая покрывает абсолютно все потребности, а также выгодные предложения. При этом бизнесу очень важно предлагать покупателю омниканальную модель взаимодействия со своим покупателем, чтобы покрывать потребности разной целевой аудитории».*

**Анастасия Сидорина, директор по работе с клиентами Ромир**

---

Чтобы сэкономить, более половины покупателей (57%) также готовы оформлять карту лояльности. 46% опрошенных сообщили, что активно участвуют в бонусных программах магазинов, а 41% участвуют иногда. Кроме участия в программах лояльности, ради экономии покупатели готовы купить несколько товаров сразу (44%) и потратить время на сравнение цен в разных офлайн и онлайн-магазинах (41%).

## О КОМПАНИИ

Fix Price (LSE и MOEX: FIXP, AIX: FIXP.Y) – 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 2023 года сеть магазинов Fix Price насчитывала 6 039 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. На 30 июня 2023 года Компания управляла 12 распределительными центрами и работала в 80 регионах России, а также в 8 зарубежных странах.

В 2022 году выручка Компании составила 277,6 млрд руб., EBITDA – 54,2 млрд руб., чистая прибыль – 21,4 млрд руб. (в соответствии с МСФО).

---

## КОНТАКТЫ

**Отдел Fix Price по связям с инвесторами**

Елена Миронова  
ir@fix-price.com

**Отдел Fix Price по связям со СМИ**

Екатерина Чарушина  
echarushina@fix-price.ru