

«Потребительская активность россиян и финансовая нестабильность 2017»

Интернет-журнал «Деньги и Карьера» обратился в АКГ «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» с просьбой предоставить комментарий по ряду вопросов, связанных с потребительской активностью россиян. Экспертным мнением поделилась Старший партнер, Исполнительный директор Группы, Ксения Архипова.

По Вашим оценкам, как за последние пару-тройку лет изменилась потребительская активность россиян? Можно ли говорить о том, что острота кризиса стала меньше ощущаться и люди стали меньше экономить, ограничивать себя в покупках? И каких перемен стоит ожидать в ближайшие пару лет?

Потребительская активность пока не демонстрирует стабильной положительной динамики, что объясняется сохраняющимися кризисными явлениями и высоким фактором неопределенности в будущем развитии экономики, обусловленной негативными внешними геополитическими рисками. Хотя рост потребительской активности россиян был замечен еще в начале прошлого года, но к концу года потребительская уверенность снизилась вместе с падением реальных доходов населения.

Пока российская экономика еще не смогла продемонстрировать уверенную устойчивость к санкциям, о чем свидетельствует резкое падение валютного и фондового рынка в середине апреля. Это сказывается на потребительских настроениях населения, которые пока не могут себе позволить лишних трат.

Однако курс, взятый Президентом и правительством на улучшение уровня жизни россиян, который должен стимулировать снижение уровня бедности и рост среднего класса, уже в ближайшей перспективе – до конца этого года должен заложить основы нового повышательного тренда в динамике потребительской активности.

Чем можно объяснить снижение финансовых запросов россиян, если сравнивать с результатами опросов прошлых лет по вопросам о сумме для нормальной жизни (сейчас для семьи из 3-х человек - это 75900 рублей, а в 2017 году - 83600 рублей) и счастливой (сейчас для 1 человека это 159000 рублей, а в 2017 году - 184000 рублей)?

Рост необходимости экономить на расходах, сокращает финансовые запросы. Ценовой демпинг, отмечающийся сегодня в бизнесе, практически не коснулся населения. Несмотря на демонстрируемые экономикой низкие темпы инфляции, россияне отмечают сохраняющийся высокий рост цен на многие виды товаров, не входящих в минимальную потребительскую корзину. Но отказываясь от излишних трат и не планируя их в ближайшей перспективе, население сокращает потребительские, а соответственно и финансовые запросы.

Как, по Вашему мнению, на потребительскую активность россиян повлияло обладание различными картами/участие в программах лояльности? Как Вы думаете, в каком ключе в дальнейшем будет развиваться «карточная лояльность» клиентов?

Программы лояльности пока не пользуются популярностью у большей части населения, несмотря на устойчивое желание экономить по разным причинам. В большинстве случаев предлагаемые программы лояльности не предлагают действительно привлекательных условий. Часто покупатели, совершив случайную покупку, не планируют повторной покупки в ближайшей перспективе, поэтому не участвуют в подобных программах.

Также мало популярны программы лояльности, предлагаемые операторами платежных систем и банками, но это связано, прежде всего с узким кругом партнеров, среди которых может вообще не быть магазинов, привычных потребителю.

Поэтому основным трендом развития карточных программ лояльности будет расширение партнерской сети. Мы также будем наблюдать дальнейшее увеличение числа участников таких программ.

<https://delprof.ru/press-center/experts-pubs/potrebitel'skaya-aktivnost-rossiyan-i-finansovaya-nestabilnost-2017/>

Группа «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ»

127015, г. Москва, ул. Вятская, д. 70

+7 (495) 740-16-01

info@delprof.ru