

**ПРОДУКТОВЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ: ОЦЕНКИ И ЗАПРОСЫ**

*Большинство россиян отмечают более интересные бонусные и скидочные программы, широкий ассортимент и гибкие цены в продуктовых торговых сетях по сравнению с небольшими местными магазинами.*

**МОСКВА, 30 мая 2018 г.** Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) и Центр социального проектирования «Платформа» представляют данные исследования о потребительском поведении граждан страны.

 **КОРОТКО О ГЛАВНОМ:**

* Федеральные сети предоставляют более широкий ассортимент продукции (считает 81% россиян) и выгодные бонусные программы (84%), чем местные магазины
* Повысить свою привлекательность для покупателей местные магазины, по оценкам респонеднтов, могут, в первую очередь, за счет сотрудничества с фермерами (39%), улучшения ассортимента и качество обслуживания (38%)

**Сетевые магазины остаются наиболее распространенным местом приобретения продуктов: 72% опрошенных отметили, что большую часть еды покупают именно там**. Среди жителей Москвы и Санкт-Петербурга, других «миллионников» эта доля достигает 83-84%.

Более половины всех опрошенных (60%) «закупаются» в федеральных торговых сетях регулярно (среди москвичей и петербуржцев – 79%). Реже россияне ходят в несетевые продуктовые магазины у дома (33%), на постоянно работающие рынки (20%) или покупают продукцию у фермеров (11%).

**В сравнении с местными сетями федеральный ритейл**, по оценкам респондентов,предлагает гражданам более привлекательные бонусные и скидочные программы (84%), широкий ассортимент продукции (81%) и более низкие цены (58%). По качеству обслуживания покупателя разница не так заметна: 42% считают, что качество обслуживания выше в федеральных сетях, 30% - в местных магазинах, 21% не видят существенных различий.

**Продукты, произведенные преимущественно в своем регионе, выбирают** 47% покупателей, 29% опрошенных в равной степени покупают продукцию местного производства и продукцию из других регионов. Только 19% опрошенных говорят, что не обращают внимание на место производства. По оценкам 56% респондентов, местная продукция в достаточном объеме представлена в федеральных сетевых магазинах (обратного мнения придерживаются 34%).

**Распространение магазинов федеральных торговых сетей** в своем регионе поддерживают65% опрошенных, против - 16% респондентов. Что касается развития местного продуктового ритейла,то его перспективы респонденты связывают, прежде всего, с предоставлением торговых площадок фермерам (39%), расширением ассортимента и повышением качества услуг (38%), акцентом на продукции региональных производителей (33%).

**В целом же 44% россиян отмечают положительные изменения в сфере продуктового ритейла за последние 5 лет,** связанные, в первую очередь, с увеличением ассортимента продуктов в целом и отечественной продукции в частности, а также акций и скидок.

***Данные опроса комментирует генеральный директор Центра социального проектирования «Платформа» Алексей Фирсов:*** *«Данное исследование было мотивированно тем, что развитие сетевой торговли в регионах может существенно менять экономическую среду, стандарты потребления, характер отношений между участниками рынка. Это сложный процесс: социальное развитие, преимущества новых форматов идут вместе с появлением напряжённости между местными сетями и федеральным бизнесом. Мы стремились найти формы гармонизации интересов всех участников рынка».*

*Всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник» проведен 12, 17 апреля 2018 г. по заказу Центра социального проектирования «Платформа».* *В опросе принимают участие россияне в возрасте от 18 лет. Метод опроса – телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 2000 респондентов.* [*Выборка*](http://wciom.ru/research/research/sputnik/) *построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Для данной выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 2,2%.  Помимо ошибки выборки смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.*

|  |
| --- |
| **На Ваш взгляд как покупателя, в целом как изменилась ситуация в сфере торговли продуктами питания за последние 5 лет?** *(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)* |
|  | **Все опрошенные** |
| *Однозначно/ Скорее улучшилась* | **44** |
| *Однозначно/ Скорее ухудшилась* | **35** |
| *Не изменилась* | **15** |
| *Затрудняюсь ответить* | **6** |

|  |
| --- |
| **Какие наиболее значимые улучшения в сфере торговли для Вас как для покупателя Вы бы отметили?** *(закрытый вопрос, не более 2-х ответов, % от общей выборки)* |
|  | **Все опрошенные** |
| *Увеличился ассортимент продуктов* | **21** |
| *Стало больше продуктов отечественного производства* | **18** |
| *Стало больше акций и скидок* | **15** |
| *Повысилось качество обслуживания и сервис* | **11** |
| *Появилось много новых магазинов* | **10** |
| *Выросло качество продуктов* | **9** |
| *Замедлился рост цен* | **4** |
| *Появилась возможность покупать продукты онлайн* | **4** |
| *Никакие* | **1** |
| *Другое*  | **2** |
| *Затрудняюсь ответить* | **1** |
| *Не отвечали на вопрос* | **56** |

|  |
| --- |
| **Какие наиболее значимые ухудшения в сфере торговли для Вас как для покупателя Вы бы отметили?** *(закрытый вопрос, не более 2-х ответов, % от общей выборки)* |
|  | **Все опрошенные** |
| *Рост цен* | **26** |
| *Ухудшилось качество продуктов* | **23** |
| *Стало меньше продуктов отечественного производства* | **7** |
| *Ухудшилось качество обслуживания и сервис* | **5** |
| *Уменьшился ассортимент продуктов* | **4** |
| *Закрылось много магазиновB43* | **3** |
| *Стало меньше акций и скидок* | **2** |
| *Другое* | **1** |
| *Затрудняюсь ответить* | **0** |
| *Не отвечали на вопрос* | **65** |

|  |
| --- |
| **Где Ваша семья покупает большую часть продуктов?** *(закрытый вопрос, не более 2-х ответов, % от всех опрошенных)* |
|  | **Все опрошенные** | **Москва и Санкт-Петербург** | **Города-миллионники** | **500-950 тыс. жителей** | **100–500 тыс.** | **Менее 100 тыс.** | **Сёла** |
| *В магазине, принадлежащем торговой сети* | **72** | 83 | 84 | 77 | 75 | 78 | 52 |
| *В магазинах у дома, которые не относятся к торговым сетям* | **33** | 30 | 22 | 24 | 31 | 31 | 47 |
| *На постоянно действующих рынках* | **20** | 11 | 28 | 20 | 29 | 17 | 14 |
| *У фермеров или в магазинах, торгующих фермерской продукцией* | **11** | 9 | 12 | 17 | 8 | 12 | 11 |
| *На рынках выходного дня, работающих только по выходным* | **7** | 4 | 8 | 8 | 4 | 9 | 7 |
| *Онлайн в интернете* | **2** | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 |
| *Другое*  | **4** | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 9 |
| *Затрудняюсь ответить* | **1** | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | 0 |

|  |
| --- |
| **Скажите, как часто Вы совершаете покупки в магазинах федеральных торговых сетей? Например, «Магнит», «Перекресток», «Лента», «Ашан», «Карусель», «Метро», «Пятерочка» или других?** *(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)* |
|  | **Все опрошенные** | **Москва и Санкт-Петербург** | **Города-миллионники** | **500-950 тыс. жителей** | **100–500 тыс.** | **Менее 100 тыс.** | **Сёла** |
| *Регулярно* | **60** | 79 | 72 | 65 | 62 | 63 | 39 |
| *Время от времени* | **21** | 14 | 17 | 21 | 19 | 18 | 30 |
| *Крайне редко* | **13** | 4 | 7 | 10 | 11 | 12 | 24 |
| *Никогда не совершал(а) покупки в таких магазинах* | **3** | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 |
| *Никогда не был(а) в таких магазинах, не было возможности совершить там покупку* | **2** | 0 | 0 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| *Затрудняюсь ответить* | **1** | 2 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 |

|  |
| --- |
| **Скажите, Вы лично поддерживаете или не поддерживаете распространение в вашем регионе магазинов федеральных торговых сетей?** *(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)* |
|  | **Все опрошенные** |
| *Скорее поддерживаю* | **65** |
| *Скорее НЕ поддерживаю* | **16** |
| *Мне все равно* | **10** |
| *Затрудняюсь ответить* | **9** |

|  |
| --- |
| **Сейчас я зачитаю несколько суждений и попрошу Вас ответить, в какой степени Вы с ними согласны или не согласны** *(закрытый вопрос, один ответ по каждой строке, % от всех опрошенных)* |
|  | *Скорее согласен* | *Скорее не согласен* | *Нет существенной разницы* | *Затрудняюсь ответить* |
| **В магазинах федеральных сетей более интересные бонусные программы, скидки и акции, чем в местных** | 84 | 6 | 4 | 6 |
| **В магазинах федеральных сетей шире ассортимент с разным уровнем цен, рассчитанных на «разный кошелек», чем в местных** | 81 | 9 | 4 | 6 |
| **В магазинах федеральных сетей цены ниже, чем в местных магазинах** | 58 | 22 | 11 | 9 |
| **В магазинах федеральных сетей качество обслуживания лучше, чем в местных магазинах: удобно расположены товары и т.п.** | 42 | 30 | 21 | 7 |

|  |
| --- |
| **Как Вы считаете, в каком направлении нужно развиваться местным магазинам или местным торговым сетям, чтобы быть более привлекательными для покупателей и конкурировать с магазинами федеральных сетей?** (*закрытый вопрос, не более 2-х ответов, % от всех опрошенных)* |
|  | **Все опрошенные** | **18-24 года** | **25-34 года** | **35-44 года** | **45-59 лет** | **60 лет и старше** |
| *Предоставлять внутри магазинов площади, на которых фермеры могут торговать своей продукцией* | **39** | 28 | 41 | 40 | 36 | 42 |
| *Расширять ассортимент и повышать качество услуг* | **38** | 55 | 44 | 39 | 39 | 28 |
| *Предлагать больше продукции местных производителей* | **33** | 27 | 32 | 31 | 37 | 35 |
| *Развивать направление торговли экопродуктами* | **12** | 12 | 12 | 12 | 11 | 12 |
| *Открывать отделы кулинарии, готового питания* | **9** | 18 | 12 | 7 | 8 | 8 |
| *Продавать продукты через интернет* | **3** | 6 | 5 | 4 | 3 | 1 |
| *Ничего не надо делать* | **2** | 2 | 0 | 2 | 3 | 3 |
| *Другое* | **7** | 2 | 5 | 8 | 8 | 9 |
| *Затрудняюсь ответить* | **7** | 2 | 7 | 7 | 5 | 10 |

|  |
| --- |
| **Можете ли Вы сказать о себе, что Вы предпочитаете продукты питания местных производителей, выращенных или произведенных в вашем регионе?** (*закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)* |
|  | **Все опрошенные** | **18-24 года** | **25-34 года** | **35-44 года** | **45-59 лет** | **60 лет и старше** |
| *Да, выбираю преимущественно продукты, произведенные в моей области/крае* | **47** | 34 | 45 | 48 | 49 | 50 |
| *Нет, покупаю преимущественно привезенные продукты из других регионов* | **4** | 2 | 5 | 7 | 4 | 2 |
| *Покупаю одинаково и местные, и привезенные продукты* | **29** | 35 | 31 | 29 | 27 | 26 |
| *Не обращаю внимание на место производства* | **19** | 28 | 19 | 15 | 19 | 20 |
| *Затрудняюсь ответить* | **1** | 1 | 0 | 1 | 1 | 2 |

|  |
| --- |
| **Как Вы считаете, на сегодняшний день в магазинах федеральных торговых сетей вашего города/ населенного пункта достаточно или недостаточно представлены продукты питания местных (региональных) производителей?** *(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)* |
|  | **Все опрошенные** | **Москва и Санкт-Петербург** | **Города-миллионники** | **500-950 тыс. жителей** | **100–500 тыс.** | **Менее 100 тыс.** | **Сёла** |
| *Достаточно/ Скорее достаточно* | **56** | 63 | 60 | 56 | 56 | 56 | 51 |
| *Недостаточно/ Скорее недостаточно* | **34** | 28 | 35 | 34 | 34 | 34 | 35 |
| *У нас нет федеральных сетевых магазинов* | **4** | 0 | 0 | 2 | 5 | 5 | 9 |
| *Затрудняюсь ответить* | **6** | 9 | 5 | 8 | 5 | 5 | 5 |

***Обращаем Ваше внимание****:*

*При использовании материалов сайта* [*http://www.wciom.ru*](http://www.wciom.ru) *или рассылки ВЦИОМ, ссылка на источник (или гиперссылка для электронных изданий) обязательна.*