

Покупательское поведение

В каком направлении развивается рынок товаров повседневного спроса?

Константин Локтев

Директор по работе с ритейлом NielsenIQ



NIQ

**Совокупный
спрос**

=



**Потребительский
спрос**

+



Инвестиции

+



Гос. закупки

+



**Чистый
экспорт**

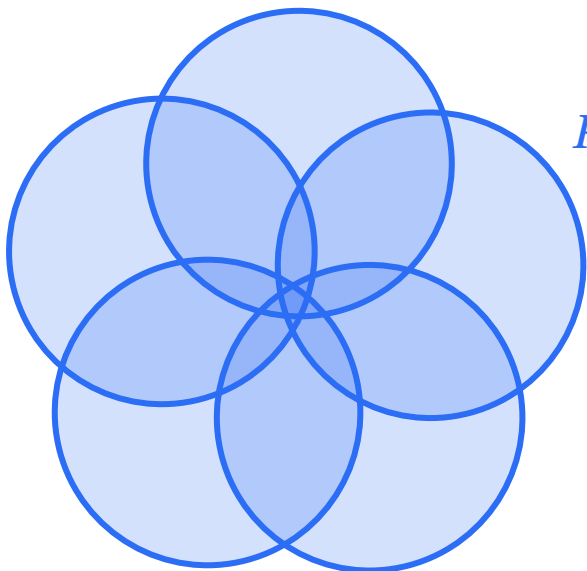


*Уровень общего благосостояния
Ожидания потребителей и динамика их расходов
Процентные ставки и кредитная нагрузка*

Разнообразный — одна из ключевых характеристик покупателя сегодня

*Легче переключается между
и внутри сегментов*

*Пробует
новинки*



*Рационально
тратит*

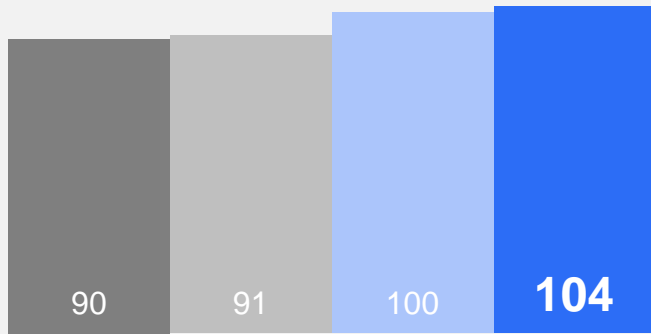
*Ходит в разные
магазины*

*Пересматривает
привычки*



104 пункта

составил индекс
потребительского оптимизма
в I квартале 2023

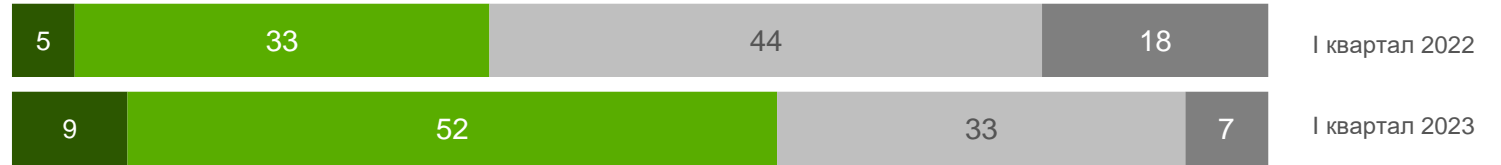


■ II квартал 2022 ■ III квартал 2022
■ IV квартал 2022 ■ I квартал 2023

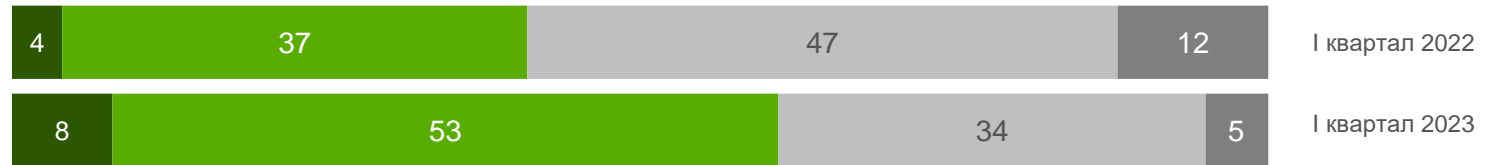
Индекс потребительского оптимизма может принимать значения от 0 до 200 пунктов. Показатель индекса выше 100 является свидетельством того, что в стране преобладают скорее оптимистичные настроения, а ниже — скорее пессимистичные.

За счет чего растет покупательская уверенность?

Перспективы трудоустройства, %



Личное материальное положение в ближайший год, %



Время для покупки новых вещей, %



■ Отлично ■ Хорошо ■ Не очень хорошо ■ Плохо

Рациональность — новая норма

89%

*потребителей считают
цену товара главным
критерием для выбора
продукта*

75%

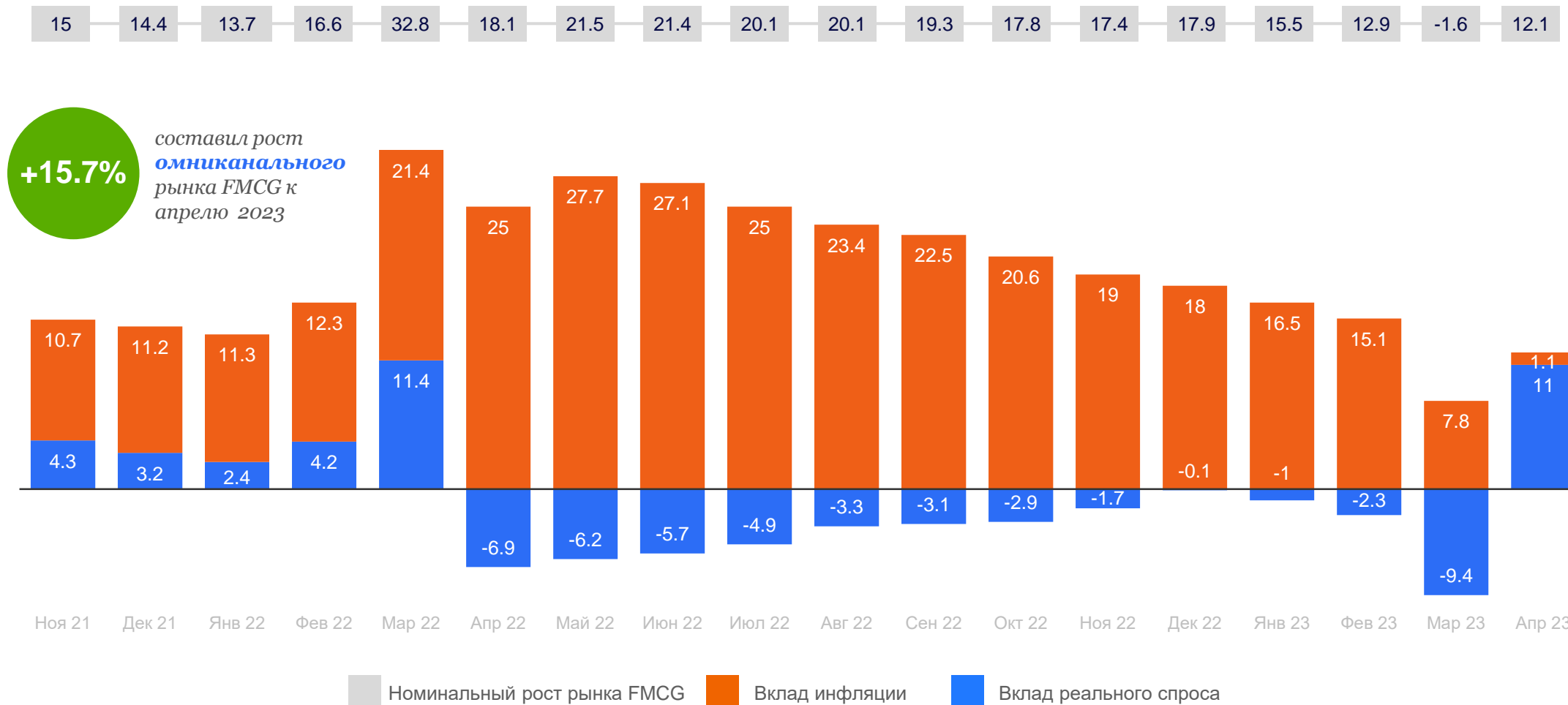
*принимают решение о покупке
товара исходя из
привлекательного промо*



Источник: Исследование NielsenIQ «Российский потребитель в кризис», 2022

Онлайн-рынок помогает смягчить спад продаж FMCG в офлайн-магазинах

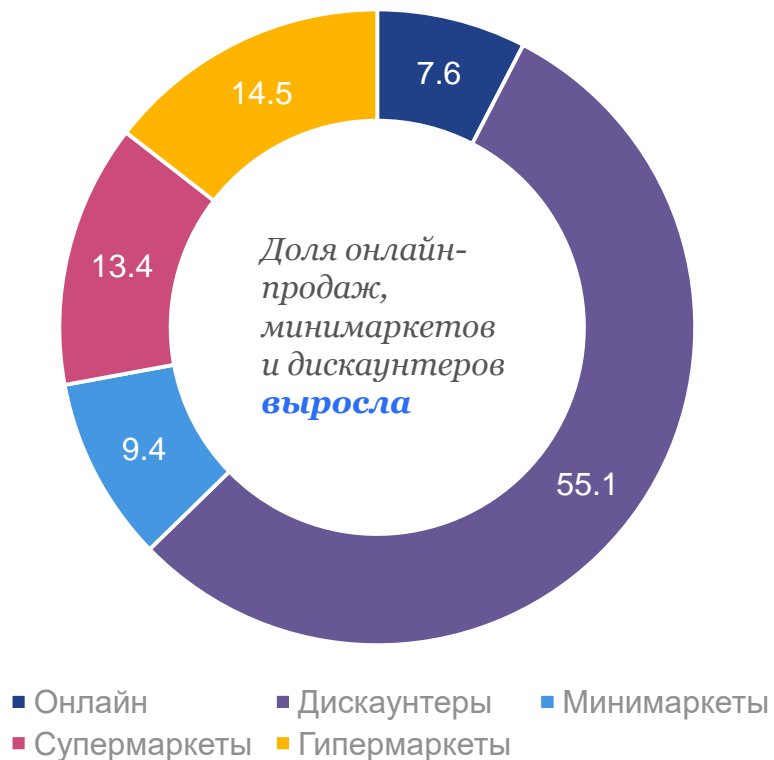
К январю 2023 года спрос фактически стабилизировался, а инфляция замедлилась



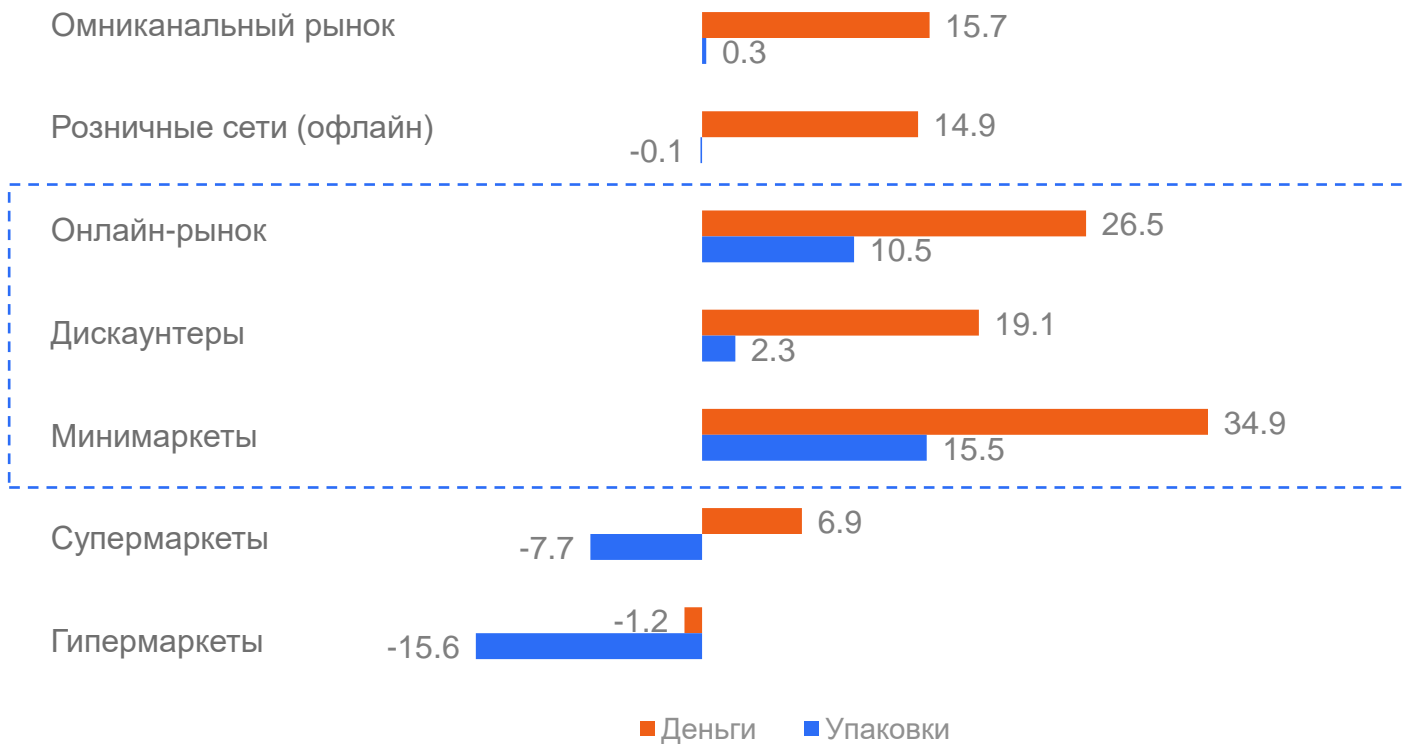
Источник: динамика омниканального рынка = данные розничных сетей (Скантрек) и данные аудита онлайн-рынка NielsenIQ

Онлайн-рынок и минимаркеты показывают самую высокую динамику натуральных продаж год к году. Но и самую высокую инфляцию.

Доли каналов в структуре продаж
денежное выражение, %



Динамика продаж FMCG по каналам торговли
12 месяцев по апрель 2023 к аналогичному периоду 2022, %

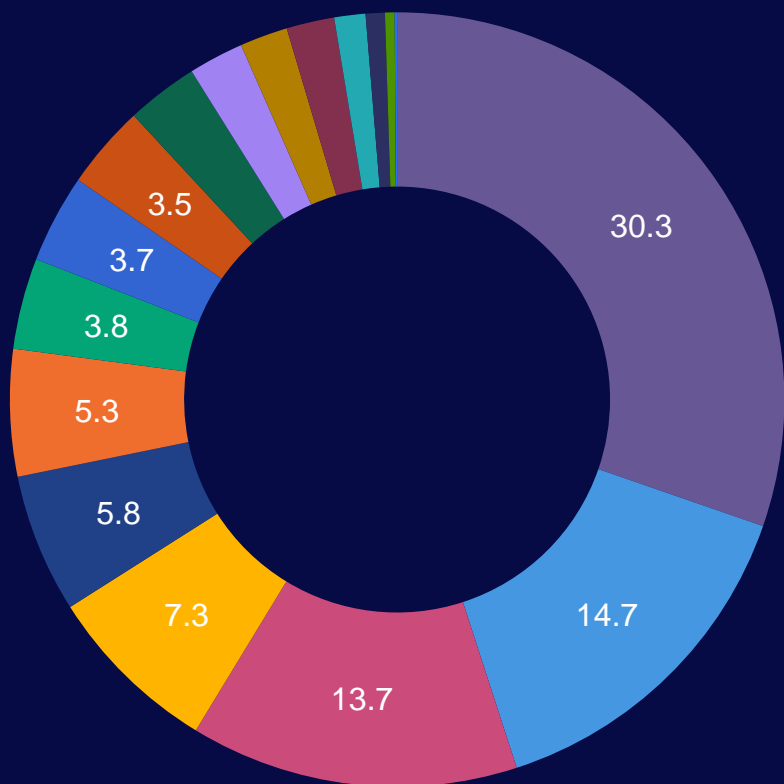


Источник: динамика омниканального рынка = данные розничных сетей (Скантрек) и данные аудита онлайн-рынка NielsenIQ, 12 месяцев по апрель 2023 года.

Продажи FMCG постепенно стабилизируются

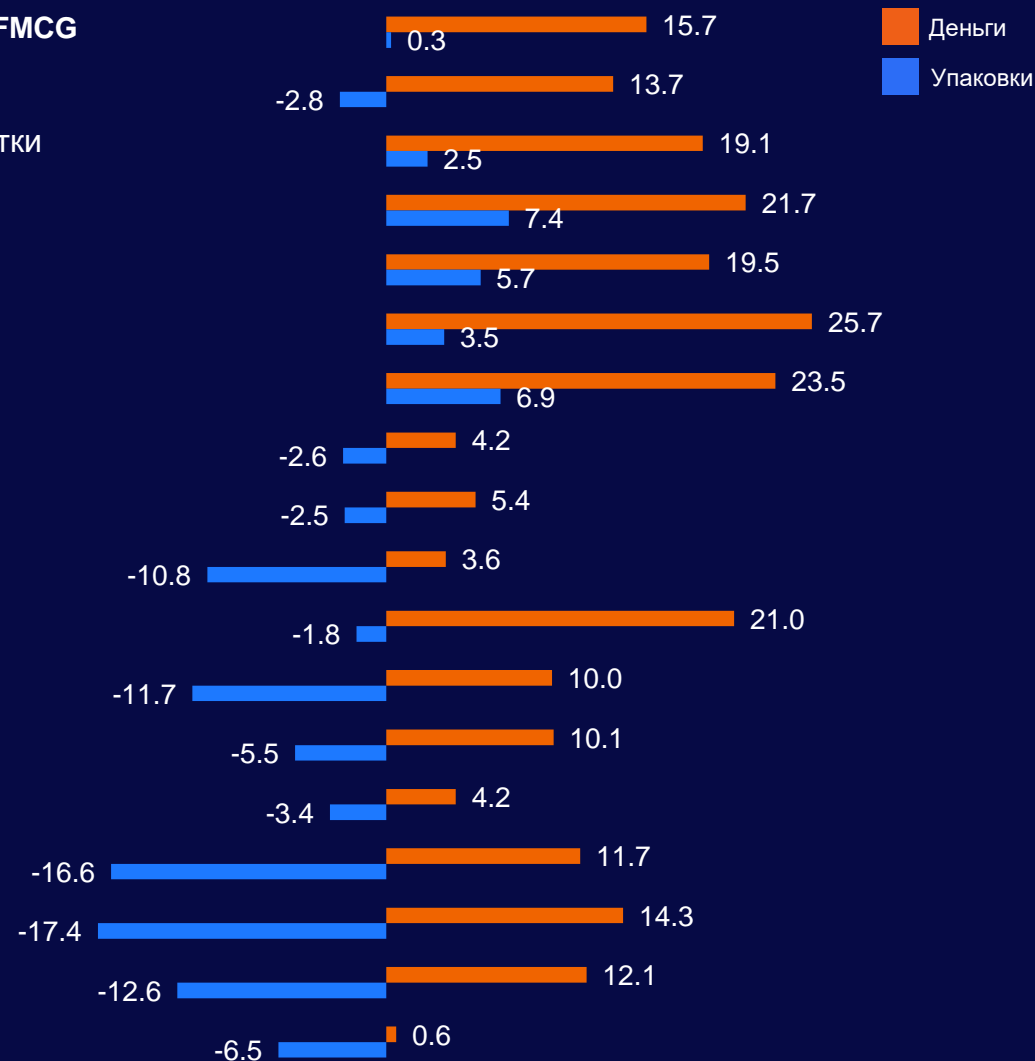
Доли категорий и динамика продаж FMCG

Доли категорий в денежном выражении, %



Оmnikanальный рынок FMCG

- Молочные продукты
- Прохладительные напитки
- Кондитерские изделия
- Горячие напитки
- Товары для животных
- Снеки
- Соусы и масла
- Кулинария и специи
- Детское питание
- Личная гигиена
- Стирка
- Уборка
- Уход за детьми
- Уход за волосами
- Уход за телом
- Уход за полостью рта
- Бритье



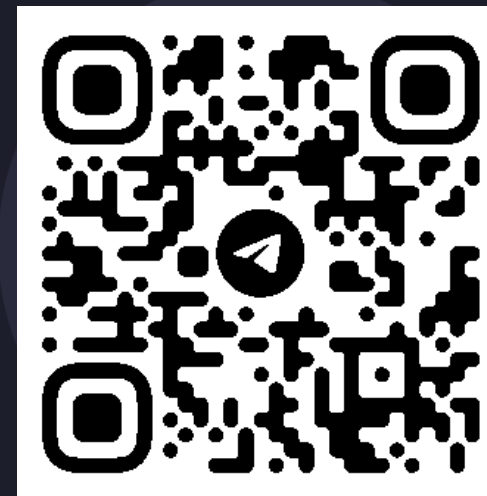
Источник: динамика omnikanального рынка = данные розничных сетей (Скантрек) и данные аудита онлайн-рынка NielsenIQ, 12 месяцев по апрель 2023 года

Если у вас возникли вопросы, пожалуйста, свяжитесь с вашим контактным лицом в NielsenIQ или напишите нам:

nielseniqrussia.info@smb.nielseniq.com

Следите за результатами свежих исследований NielsenIQ в нашем телеграм-канале:

t.me/nielsenrussia



NIQ