ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ



# Запрос на нишевые форматы: данные исследования

*«Мы формируем среду»*

# ПАРАМЕТРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ



## СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ

Март 2018 –
Апрель 2018



## МЕТОДЫ

Всероссийский опрос населения «ВЦИОМ-Спутник», выборка 2000 человек

300 интервью по полуформализованной анкете с представителями малого и среднего бизнеса в 27 субъектах РФ

30 экспертных интервью с членами Общероссийской организации «ОПОРА России»

Анализ открытых данных



## ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ

Менеджмент профильных компаний малого и среднего бизнеса

Представители законодательной власти, ФОИВ, регуляторов рынка

Представители региональных органов власти

# ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО БИЗНЕСА: 37 СУБЪЕКТОВ РФ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ




**ГОРОДА ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ**
Москва, Санкт-Петербург

**ОБЛАСТИ**
Архангельская, Астраханская, Белгородская, Брянская, Владимирская, Вологодская, Воронежская, Ивановская, Калужская, Кемеровская, Костромская, Курганская, Ленинградская, Московская, Нижегородская, Новгородская, Новосибирская, Орловская, Пензенская, Псковская, Ростовская, Рязанская, Свердловская, Смоленская, Томская, Тюменская, Ярославская

**КРАЯ**
Краснодарский, Ставропольский

**РЕСПУБЛИКИ**
Адыгея, Башкортостан, Карелия, Марий Эл, Татарстан, Удмуртия

*Источник: Данные ЦСП «Платформа»*

# ИЗМЕНЕНИЯ В ПРОДУКТОВОМ РИТЕЙЛЕ: РЕТРОСПЕКТИВА 5 ЛЕТ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*На Ваш взгляд как покупателя, в целом как изменилась ситуация в сфере торговли продуктами питания за последние 5 лет?*
*% от всех опрошенных и в разных возрастных группах (закрытый вопрос, один ответ)*




**МНЕНИЯ РАЗДЕЛИЛИСЬ: ПОКУПАТЕЛИ-ОПТИМИСТЫ – В БОЛЬШИНСТВЕ, ХОТЯ ИХ ПЕРЕВЕС НЕЗНАЧИТЕЛЕН**

Пессимистические оценки во многом обусловлены общим экономическим кризисом середины 2010-х

**ПОЖИЛЫЕ ЛЮДИ НАИБОЛЕЕ ЛОЯЛЬНЫ К ПЕРЕМЕНАМ В РИТЕЙЛЕ**

Им есть с чем сравнить: потребительский опыт вмещает и времена позднесоветского дефицита с практикой «подприлавочной» торговли, и гиперинфляцию ранних 1990-х.

**НА ПЕРВЫЙ ПЛАН ВЫХОДЯТ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ**

Наряду с ростом цен это один из главных факторов негативной оценки, данной частью респондентов

*Источник данных: всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник»*
*Комментарии: ЦСП «Платформа»*

# СЛОЖИВШИЕСЯ СТАНДАРТЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*Что влияет на Ваше решение о покупке продукта? Назовите три наиболее важных фактора. (в % от опрошенных, до трех ответов, закрытый вопрос)*




**«ДОВЕРИЕ КАЧЕСТВУ» и «ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ» – ДВА БЛИЗКИХ ПОКАЗАТЕЛЯ , ИХ СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ, ПРИМЕРНО СОВПАДАЕТ С ФАКТОРОМ ЦЕНЫ. «ПРОСТО ДЕШЕВО» - УЖЕ НЕИНТЕРЕСНО.**

*Источник данных: всероссийский опрос «ВЦИОМ», 2016 г.*
*Комментарии: ЦСП «Платформа»*

# ПРЕДПОЧТЕНИЯ В ПРОДУКТОВОМ РИТЕЙЛЕ: ОТ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ДО «ВСЕМИРНОЙ СЕТИ»

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*Где ваша семья покупает большую часть продуктов?*
*% от всех опрошенных (закрытый вопрос, не более 2 ответов)*




**СЕТЕВОЙ ФОРМАТ РИТЕЙЛА – ЛИДЕР ПРЕДПОЧТЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ**

Люди выдвигают все более высокие требования к сервису, качеству продукции, к инструментам контроля за качеством. Торговые сети, в силу своих возможностей, способны наиболее оперативно реагировать на рост консьюмеристских настроений в обществе

**НА РАЗВИТЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ СКЛАДЫВАЕТСЯ АРХИТЕКТУРА РАЗНЫХ ФОРМАТОВ:** удовлетворение повседневного базового запроса – оперативных запросов – поиска экологических продуктов и так далее. Все это позволяет сочетать различные формы потребления

*Источник данных: всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник»*
*Комментарии: ЦСП «Платформа»*

# «ГАСТРОПАТРИОТИЗМ»: ПОТРЕБИТЕЛЬ ПРЕДПОЧИТАЕТ МЕСТНЫЕ ПРОДУКТЫ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*Можете ли Вы сказать о себе, что Вы предпочитаете продукты питания местных производителей, выращенные или произведенные в вашем регионе? % от всех опрошенных и в разных возрастных группах (закрытый вопрос, один ответ)*




## ПРОИСХОЖДЕНИЕ ПРОДУКТА – ВАЖНЫЙ ФАКТОР, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

Водораздел часто проходит даже не по линии «импортное – российское», а по линии «местное – привозное». Это еще один признак растущего консьюмеризма. Покупатели научились читать этикетки, закупки «вслепую» – не в тренде.

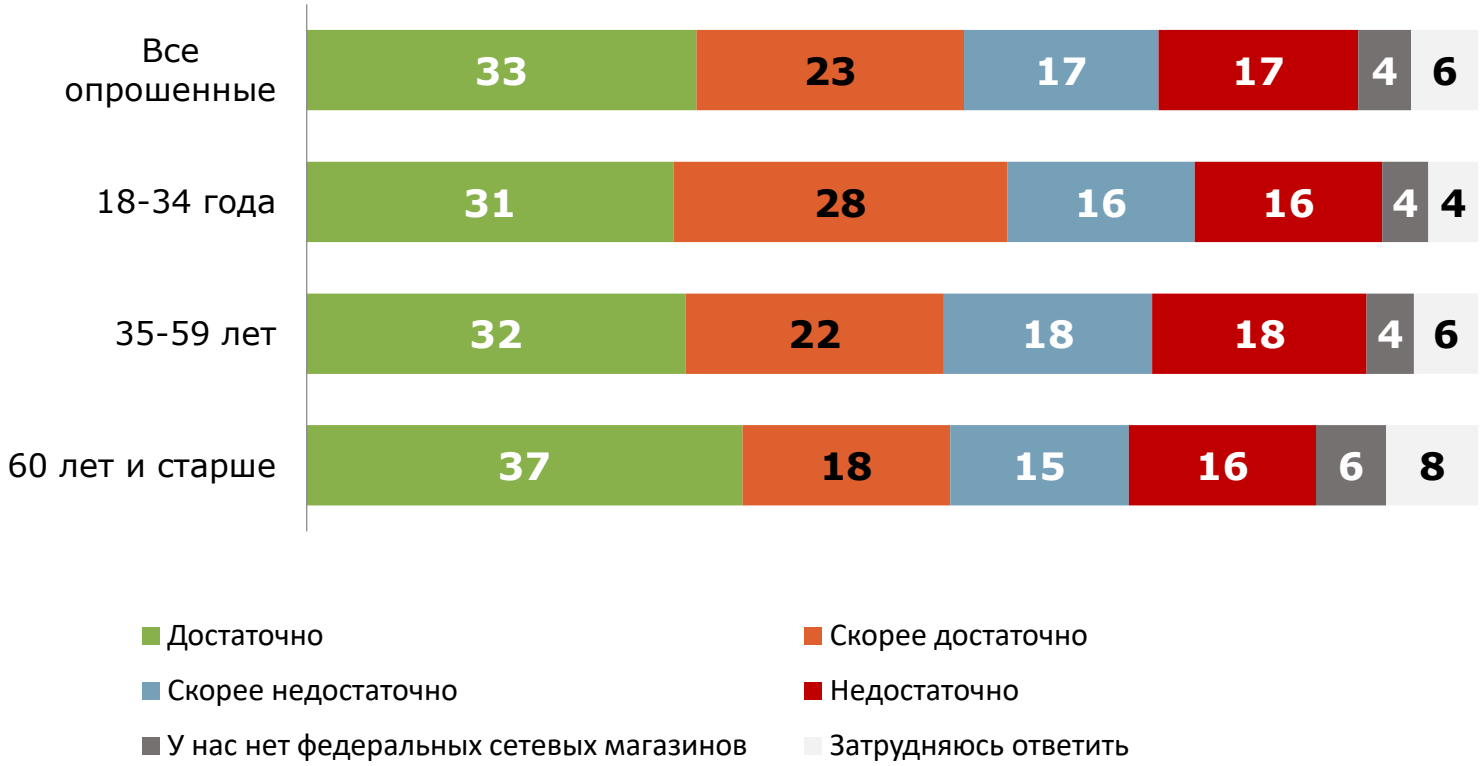
## ВКЛЮЧЕНИЕ МЕСТНЫХ БРЕНДОВ В СВОИ ЛИНЕЙКИ – ХОРОШИЙ ХОД ДЛЯ КРУПНЫХ СЕТЕЙ, РАССЧИТЫВАЮЩИХ УСИЛИТЬ СВОИ ПОЗИЦИИ В ДИАЛОГЕ С МЕСТНОЙ СРЕДОЙ И ВЛАСТЬЮ

*Источник данных: всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник»*
*Комментарии: ЦСП «Платформа»*

# «ГАСТРОПАТРИОТИЗМ»: ХВАТАЕТ ЛИ МЕСТНЫХ ПРОДУКТОВ НА ПОЛКАХ?

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*Как Вы считаете, сегодня в магазинах федеральных торговых сетей вашего города / населенного пункта достаточно или недостаточно представлены продукты питания местных (региональных) производителей?*
*% от всех опрошенных и в разных возрастных группах (закрытый вопрос, один ответ)*




**НАБЛЮДАЕТСЯ РАЗДЕЛЕНИЕ МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ДВЕ ГРУППЫ: ОДНИ СООТВЕТСТВУЮТ ТРЕБОВАНИЯМ СЕТЕЙ ПО ОБЪЕМАМ ПОСТАВОК И СТАНДАРТАМ; ДРУГИЕ – НЕТ**

**ЗАДАЧА – НАЙТИ АДЕКВАТНЫЕ ФОРМАТЫ ТОРГОВЛИ ДЛЯ ВТОРОЙ ГРУППЫ, ЧТОБЫ СОХРАНИТЬ ЕЕ ЛОКАЛЬНУЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ**

*Источник данных: всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник»*
*Комментарии: ЦСП «Платформа»*

# КАЧЕСТВО МЕСТНОЙ ПРОДУКЦИИ: СООТВЕТСТВИЕ СТАНДАРТАМ СЕТЕЙ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*Отвечает ли в целом качество продукции вашего региона стандартам сетевых магазинов? % от всех опрошенных и в разных группах (закрытый вопрос, один ответ)*




**ОКОЛО 70% УЧАСТНИКОВ АНКЕТНОГО ОПРОСА ВЫСОКО ОЦЕНИЛИ КАЧЕСТВО МЕСТНОЙ ПРОДУКЦИИ. НО В ПЕРСОНАЛЬНЫХ ИНТЕРВЬЮ БОЛЬШИНСТВО ЭКСПЕРТОВ ВЫСКАЗЫВАЮТСЯ КРИТИЧЕСКИ**

*«Некоторые [производители] не отличаются стабильностью качества продукции и качеством оберток… Но таким я бы посоветовал и не лезть в сеть, а торговать на рынках выходного дня» (Петрозаводск)*

*«Качество отвечает самым высоким требованиям, нашу продукцию берут в других регионах» (Уфа)*

**ПАРАДОКС: В КАЖДОМ РЕГИОНЕ СЧИТАЮТ СВОЮ ПРОДУКЦИЮ ВПОЛНЕ КАЧЕСТВЕННОЙ. СЕТИ ТОРГУЮТ НА 80-90% ПРОДУКЦИЕЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. НО ПРИ ЭТОМ МНОГИЕ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО КАЧЕСТВО В ЦЕЛОМ ПАДАЕТ**

*Источник: Данные ЦСП «Платформа»*

# НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО РИТЕЙЛА: НА ЧТО НАДЕЕТСЯ ПОТРЕБИТЕЛЬ?

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*В каком направлении нужно развиваться местным магазинам или местным торговым сетям, чтобы быть более привлекательными для покупателей и конкурировать с магазинами федеральных сетей?*
*% от всех опрошенных (закрытый вопрос, не более 2 ответов)*




**ОЧЕВИДЕН ЗАПРОС ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РАЗВИТИЕ ФЕРМЕРСКИХ МАГАЗИНОВ И МАГАЗИНОВ ЭКОПРОДУКТОВ**

Надежды потребителей на конкурентоспособность местного малого и среднего food-бизнеса (как ритейла, так и сельхозпроизводства), в первую очередь, связаны именно с этими нишевыми форматами – особенно в крупных городах

Население – в отличие от экспертов-представителей бизнеса – пока не придает большого значения перспективам интернет-торговли продуктами. Потребительский консерватизм предполагает необходимость изучить товар на полке, а не на сайте

*Источник данных: всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник»*
*Комментарии: ЦСП «Платформа»*

# НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО РИТЕЙЛА: НА ЧТО НАДЕЕТСЯ БИЗНЕСМЕН?

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*В каком направлении нужно развиваться местному ритейлу (местным сетям и магазинам), чтобы усилить свои позиции на рынке, быть успешным?*
*% от всех опрошенных (закрытый вопрос, не более 3 ответов)*




**ОДНОЙ ИЗ УСПЕШНЫХ МОДЕЛЕЙ МОЖЕТ СТАТЬ ТЕСНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СЕТЕЙ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. С ТАКОЙ КООПЕРАЦИЕЙ СВЯЗАНЫ И ДВА ДРУГИХ ПОПУЛЯРНЫХ РЕШЕНИЯ: РОСТ АССОРТИМЕНТА, ТОРГОВЛЯ ЭКОПРОДУКТАМИ**

*«Ориентир – продажа качественных экопродуктов от местных производителей. В этой нише сложно попасть с ценообразованием: повышать качество – это стоит денег. Но многие потребители уже готовы переплачивать за это» (Пенза)*

*«У нас есть местная сеть, которая успешно конкурирует с федералами. В первую очередь, за счет использования продукции местных производителей» (Курган)*

**В ЭТОМ ВОПРОСЕ ПОЗИЦИИ НАСЕЛЕНИЯ И ПОЗИЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ЗНАЧИТЕЛЬНОЙ СТЕПЕНИ СОВПАДАЮТ**

*Источник: Данные ЦСП «Платформа»*

# РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В СФЕРЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

*Как вы считаете, на чем должно сфокусироваться государство в сфере продовольственного рынка? % от всех опрошенных (закрытый вопрос, не более 3 ответов)*




**КОНСЕНСУС МНЕНИЙ: ЛУЧШИЕ МЕРЫ – НЕ ДИРЕКТИВНЫЕ ЗАПРЕТЫ ДЛЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ СЕТЕЙ, А ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТИМУЛЫ ДЛЯ МЕСТНОГО МАЛОГО БИЗНЕСА. ПРИВЕТСТВУЕТСЯ РАЗУМНЫЙ БАЛАНС РЕГУЛЯТОРНЫХ МЕР (КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА) И ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВ (ЛЬГОТНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ)**

- *«Государство должно сфокусироваться: принять закон “О мобильной торговле”, дать местным производителям и продавцам приоритет в аренде и налогах» (Калуга)*
- *«Нужно местным дать льготы, а не федералам закрутить гайки!» (Пенза)*
- *«Протекционизм властей нужен в плане защиты качества, а не лозунга “Покупай наше!”» (Ярославль)*

*Источник: Данные ЦСП «Платформа»*

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

# Спасибо за внимание!

Москва, Берсеневский переулок д. 2, стр. 1
+7 (495) 123 39 89
info@pltf.ru
www.pltf.ru