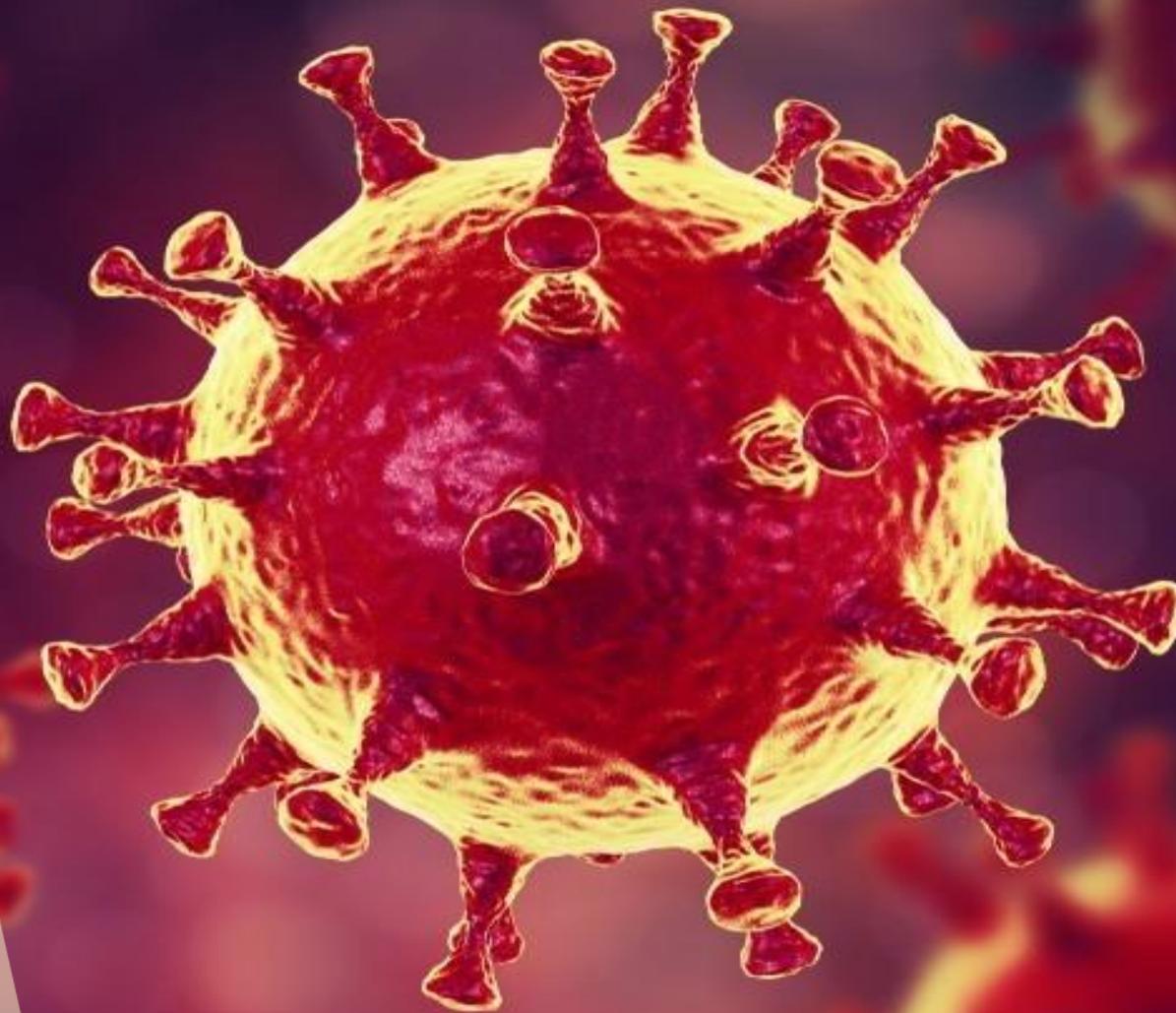


Romir

**Покупатель
послезавтра.
Настроения и
ожидания.**



РОМИР – это уникальное сочетание опыта, профессионализма и инноваций.



Более **30 лет**
на рынке



Более **200**
сотрудников-
профессионалов



Более **40**
уникальных
исследовательских
методов



СОДЕРЖАНИЕ:

1	Исследовательское резюме	03
2	Итоги исследования	08
3	Программа исследования	32
4	Методология потребительской панели Ромир	39

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ (1 из 5)

- **Доля россиян, вынужденных отказаться от планирования отпуска** в связи с пандемией коронавируса увеличилась более, чем в два раза по сравнению с «докарантинными» показателями и в последние несколько недель стабилизировалась на отметке около 50%. **В Москве данный показатель выше** почти на 10%, что обусловлено традиционно высокой туристической активностью региона.
- С начала мая **растет доля россиян, готовых отложить не потраченные «отпускные» средства** до следующего отдыха (+4%). При этом в Москве отмечается снижение данного показателя с начала мая (-9%). Москвичи преимущественно предпочитают оставить сэкономленные деньги как «подушку безопасности», либо потратить на необходимые товары сейчас.
- **Режим работы россиян постепенно нормализуется:** после постепенного снятия ограничительных мер увеличивается доля работающих «на местах» вместо «домашнего офиса» и сокращается доля тех, кто вынужденно работал удалённо. Значимая часть опрошенных (40%) по-прежнему, как и в начале карантинных мер, не работает в настоящее время, что может быть связано не только с безработицей в целом, но и с временным переводом граждан в режим «нерабочего карантина».
- Доля тех россиян, кто следит за курсом рубля, превысила число не следящих. При этом в Москве все еще отмечается преобладание доли заинтересованных.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ (2 из 5)

- **Непростая экономическая ситуация в стране** особо не повлияла на распоряжение финансами россиян: около 80% не планируют что-либо предпринимать по этому вопросу. Данное поведение может объясняться как когнитивными факторами (недостаточной осведомленностью о возможных вариантах вложений), так и практическими, заключающимися в отсутствии накоплений у большинства граждан. За последние волны исследования отмечается рост доли россиян, вложившихся в ценные бумаги.
- Россияне постепенно возвращаются к привычным паттернам использования услуг по **доставке продуктов и еды из ресторанов на дом**: с начала мая постепенно растет доля тех, кто вернулся к привычному пользованию данными услугами (+2% в России и +8% в Москве). Россияне в целом отмечают нейтральный опыт пользования услугами по доставке еды, в то время как москвичи чаще отмечали, что были удовлетворены услугами, что может быть обусловлено большим числом ресторанов и магазинов, более развитой инфраструктурой, а также большей развитостью сферы доставки в целом.
- **Среди россиян сокращается количество тех, кто покупает корма для животных онлайн** также часто, как и ранее, что может быть связано как с закупкой кормов в больших объемах с расчетом на долгий срок, так и с тем, что постепенно выходя из изоляции, люди предпочитают приобретать корма в оффлайне.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ (3 из 5)

- Количество покупателей **одежды и обуви онлайн** по-прежнему не достигло докарантинных значений. Если в конце марта доля тех, кто в целом не занимается онлайн-шоппингом одежды или отказался от этого, была на уровне 56%, то в конце мая этот показатель все еще остается на уровне 65% (рост за 2 месяца в основном за счет тех, кто отказался от таких покупок).
- Среди жителей Москвы растет доля тех, кто возвращается к привычному пользованию **услугами по покупке лекарственных средств онлайн (+7% с начала месяца)**. Однако если сравнивать этот показатель с концом марта, то можно отметить, что пользование данной услугой по-прежнему ниже, чем до пандемии (53% - в конце марта vs. 43% на неделе с 16 по 22 марта).
- По сравнению с предыдущими волнами исследований россияне стали реже довольствоваться только теми продуктами, что имеются в наличии (-10% в сравнении с началом апреля). Сейчас россияне стали чаще выбирать продукты, ориентируясь не только на его физическое наличие, но и на бренд и свои предпочтения **(+9%)**. Если говорить о рынке продуктов первой необходимости, то данное поведение обосновывается прекращением истерии и массового скупа товаров, возобновлению разнообразия на полках магазинов. Также большинство отмечает, что продолжат пользоваться рядом новых брендов (53%), предпочтение к которым, очевидно, сформировалось в начале карантина.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ (4 из 5)

- **Спрос на услуги такси постепенно** стабилизируется, постепенно растет доля тех, кто пользуется такси так же часто, как и раньше. Также, и в России, и в Москве растет доля тех, кто стал чаще пользоваться данной услугой, что может быть связано с тем, что такси является более безопасным видом общественного транспорта в контексте пандемии коронавируса и повышенных требований к стерильности и самоизоляции.
- **Около трети (27%) населения не отмечает каких-либо изменений в своем досуге.** Самыми частыми формами проведения свободного времени в России и Москве является потребление калорийных продуктов, а также просмотр кино. После майских праздников также отмечается спад интереса москвичей к уходу за дачным участком. Главной заменой привычного времяпрепровождения остается просмотр кино онлайн вместо посещения кинотеатров (43%).
- **Больше трети россиян отмечают возможное ухудшение финансового положения** по окончании карантина (35% в России и 43% в Москве). Москвичи по сравнению с прошлой волной реже отмечают, что продолжают работать на старом месте работы, что может объясняться массовыми сокращениями и переводами в неоплачиваемые отпуска, которые не устраивают сотрудников. С другой стороны, причиной может послужить нежелание возвращаться в офис после начала снятия ограничительных мер из соображений безопасности, а также относительно высокой затратности соблюдения всех мер защиты в общественных местах.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ (5 из 5)

- Смещение сроков выхода из карантина на более поздний также отражается и **на восприятии ограничительных мер**. Так же, как и в предыдущие волны исследования, большинство россиян убеждены, что некоторое время будут запрещены **международные перелеты и массовые мероприятия**, такие как концерты, фестивали и прочие. Реже всего россияне отмечают запреты на перелеты по стране, однако в Москве за последнюю неделю исследования отмечается резкий рост жителей, отмечающих, что любые перелеты должны быть запрещены или ограничены.
- Среди россиян растет доля тех, кто считает, что ограничения на **международные перелеты** продлятся около месяца. Это может быть связано со знанием о постепенном снятии карантинных мер и попытками восстановить туризм в странах Европы. Ограничения на **концерты и массовые мероприятия** по мнению россиян продлятся до полугода. Среди москвичей также отмечается рост доли считающих, что ограничения продлятся более года, что может быть связано с тем, что многие концерты, намеченные на 2020 год, были отменены или автоматически перенесены на 2021 с сохранением мест у тех, кто приобрел билеты.

ТУРИЗМ И МОБИЛЬНОСТЬ (1 из 2)

Количество россиян, которым им пришлось отменить планирование отпуска в связи с пандемией закрепилось на 50%.

Волна 9. 16.05-22.05
Волна 7. 01.05-07.05
Волна 5. 17.04-23.04
Волна 3. 03.04-09.04
Волна 1. 19.03-26.03

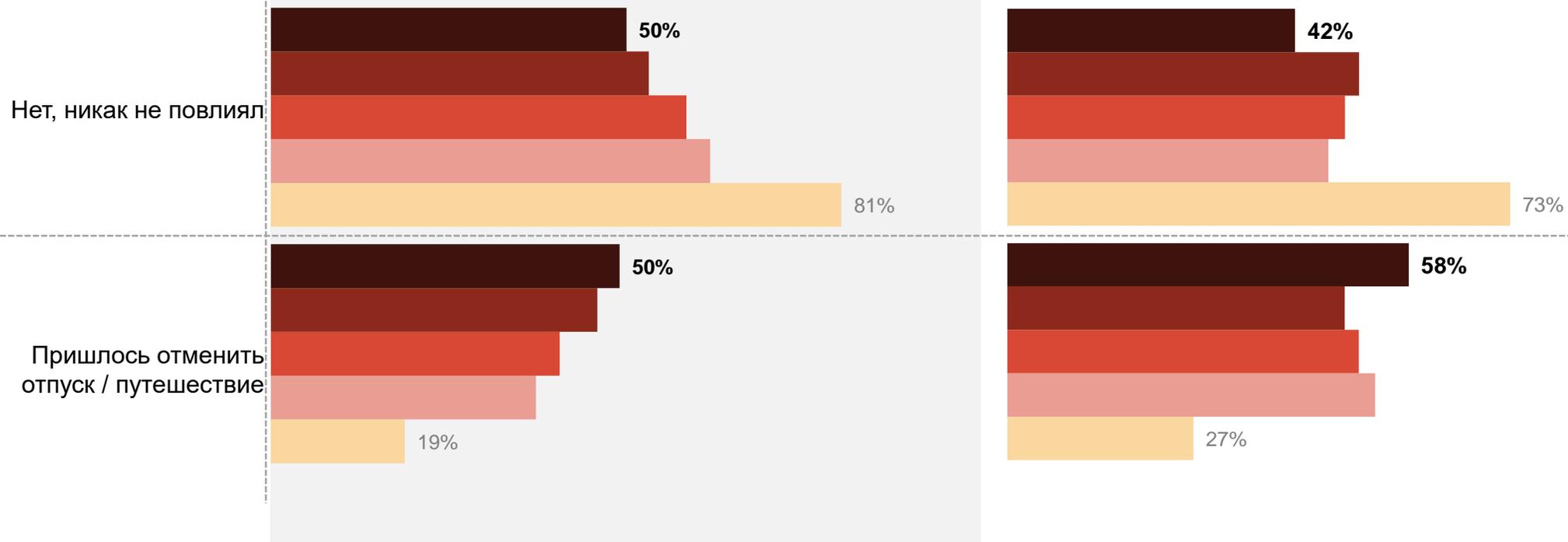
Россия



Москва



Повлиял ли коронавирус и введенные ограничения на перемещения в России и других странах на планы по отдыху / путешествиям



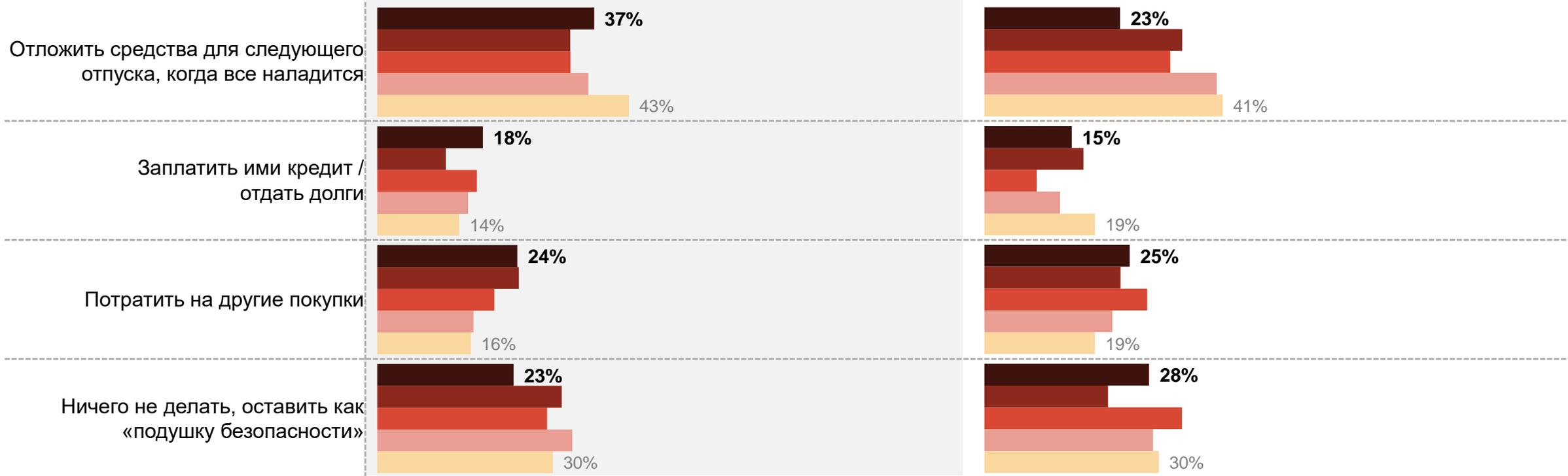
ТУРИЗМ И МОБИЛЬНОСТЬ (2 из 2)

Больше трети россиян планируют отложить не потраченные средства до следующего отпуска (37%). Москвичи чаще планируют оставить средства как «подушку безопасности», либо потратить их на другие покупки

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03



Что Вы планируете делать с теми деньгами, которые были «зарезервированы» для поездки?



РАБОТА И КАРЬЕРА (1 из 2)

После постепенного снятия карантинных мер в России сократилось число людей, работающих из дома (-5%). Те, кто ранее вынуждены были работать из дома, постепенно возвращаются на рабочие места.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03

Россия

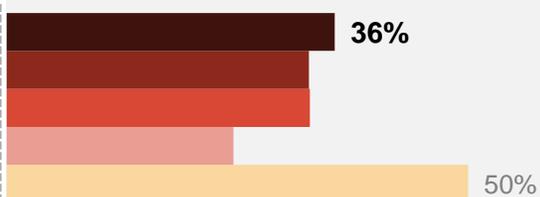


Москва

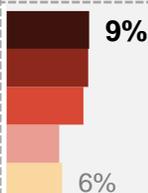


Режим работы

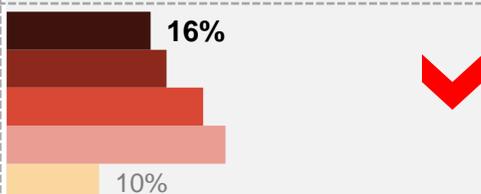
Работают НЕ дома (на производстве / из офиса)



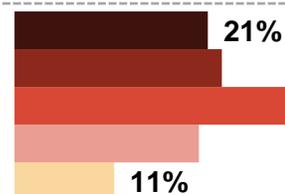
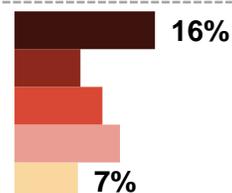
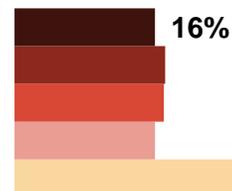
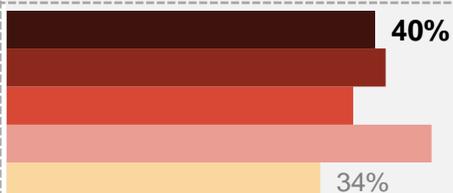
Работают из дома, работали так и ранее



Работают из дома, так как перевели на «удаленку»



Не работают сейчас



21. Опишите Ваш режим работы сейчас.

Romir • Research • Rethink • React



Показатель вырос / снизился в текущей волне

РАБОТА И КАРЬЕРА (2 из 2)

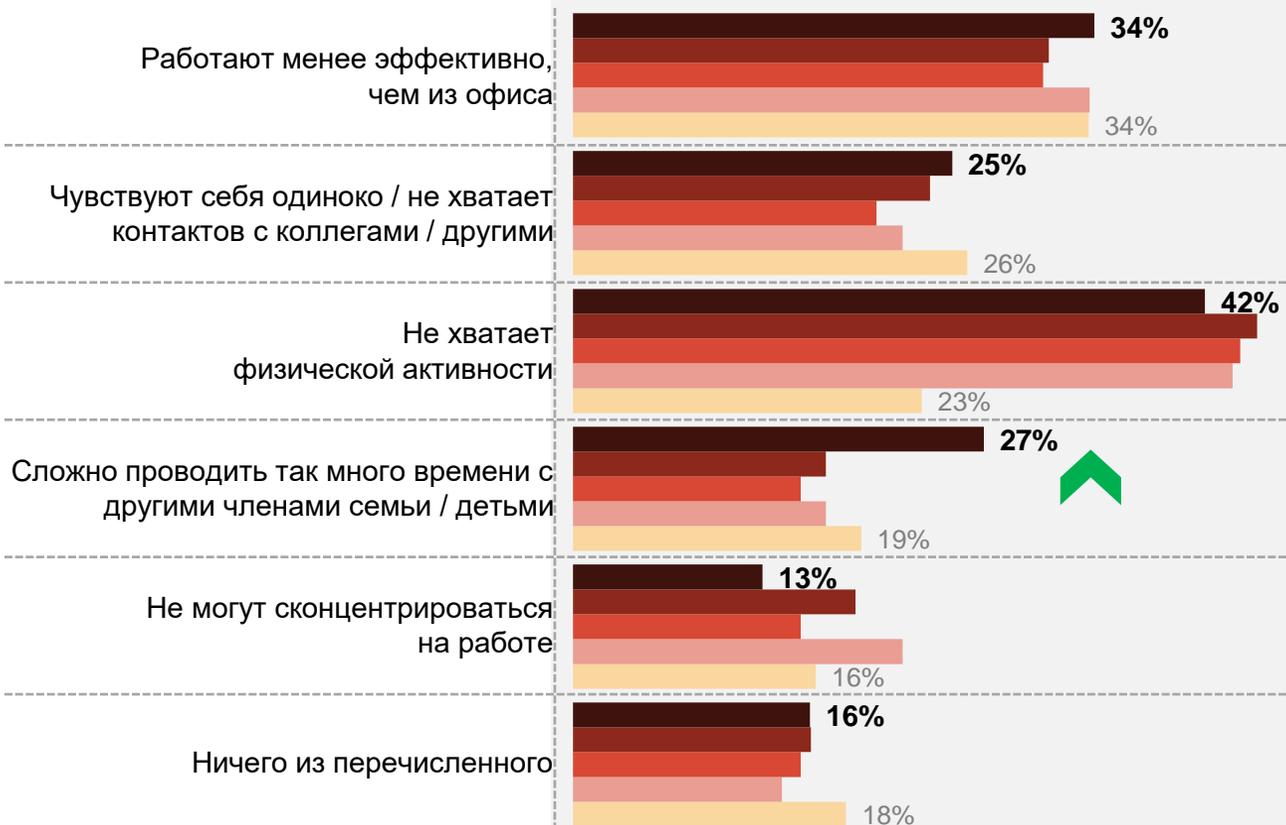
Россияне стали чаще отмечать трудность постоянного нахождения с семьей (+13% в России и +34% в Москве).

Волна 9. 16.05-22.05
Волна 7. 01.05-07.05
Волна 5. 17.04-23.04
Волна 3. 03.04-09.04
Волна 1. 19.03-26.03

Россия



Сложности перехода на домашний режим работы



22. Вы отметили, что сейчас работаете из дома. С какими сложностями Вы столкнулись при переходе на домашний режим работы?

Romir • Research • Rethink • React



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ФИНАНСЫ И КУРС РУБЛЯ (1 ИЗ 3)

2020 год

Доля россиян, которые не следят за курсом рубля, постепенно увеличивалась на протяжении последних 2х месяцев. К концу мая – более половины россиян прекратили следить за курсом.

Волна 9. 16.05-22.05
Волна 7. 01.05-07.05
Волна 5. 17.04-23.04
Волна 3. 03.04-09.04
Волна 1. 19.03-26.03

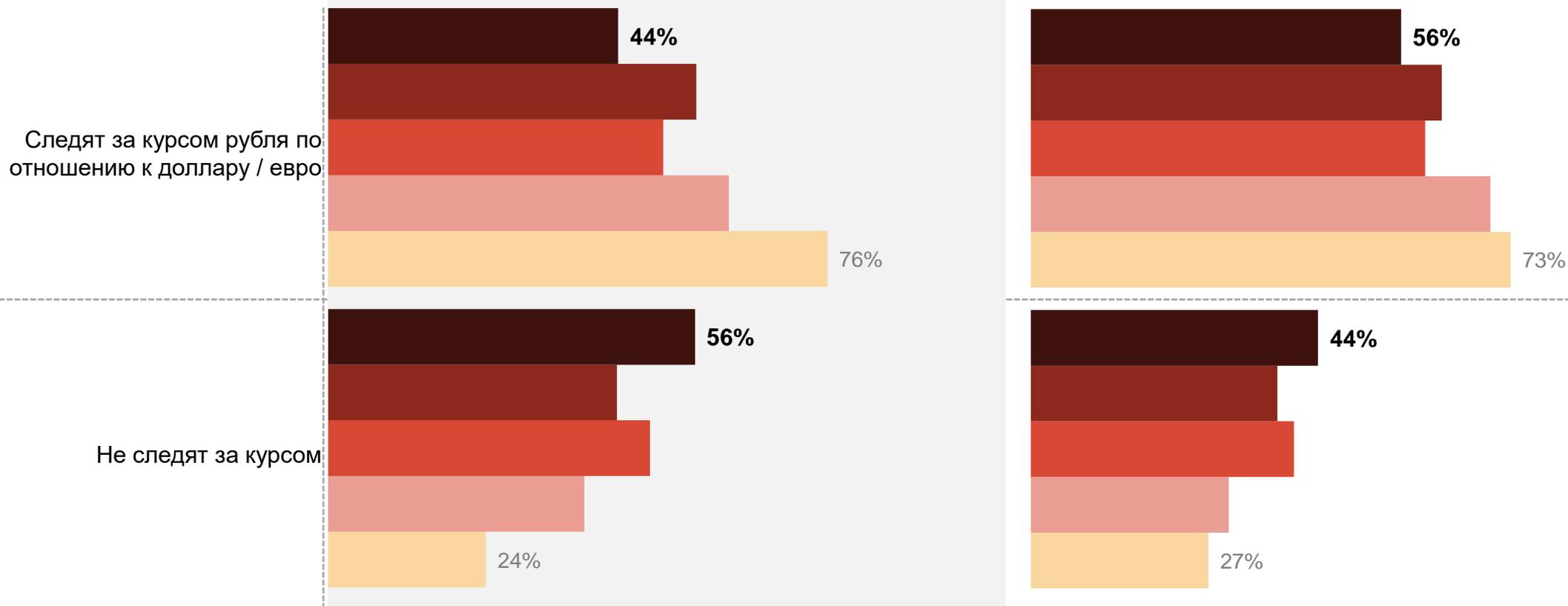
Россия



Москва



Знание динамики курса доллара/евро.



23. Знаете ли Вы динамику курса доллара / евро за последний месяц?

Romir • Research • Rethink • React



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ФИНАНСЫ И КУРС РУБЛЯ (2 ИЗ 3)

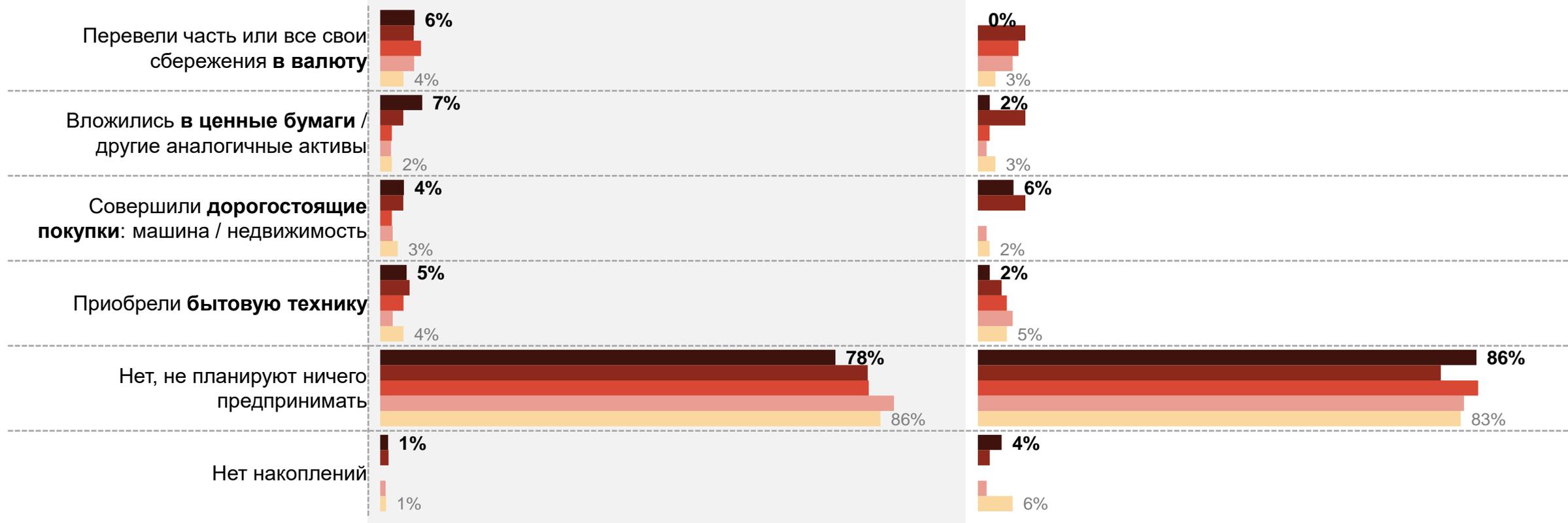
2020 год

Около 80% россиян не планируют перераспределять финансы в связи с ослаблением курса рубля.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03



Распоряжение финансами на фоне падения рубля.



24. Планируете ли Вы что-то предпринимать или уже предприняли в связи с ослаблением курса рубля?

Romir • Research • Rethink • React



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ФИНАНСЫ И КУРС РУБЛЯ (3 ИЗ 3)

2014 год

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03

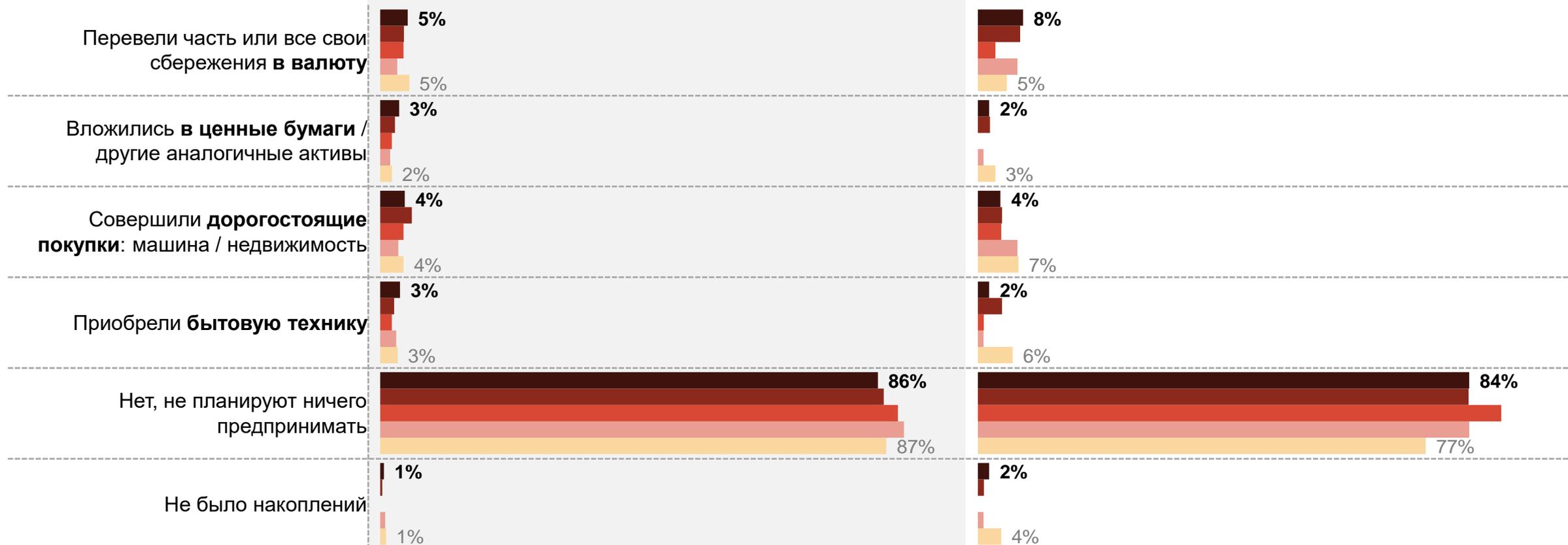
Россия



Москва



Распоряжение финансами на фоне падения рубля в 2014 году



Romir • Research • Rethink • React

25. Последний раз рубль значительно снизился по отношению к доллару / евро в 2014 году. Скажите, предпринимали ли Вы тогда что-либо?



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ОНЛАЙН. ДОСТАВКА ПРОДУКТОВ И ЕДЫ (1 из 3)

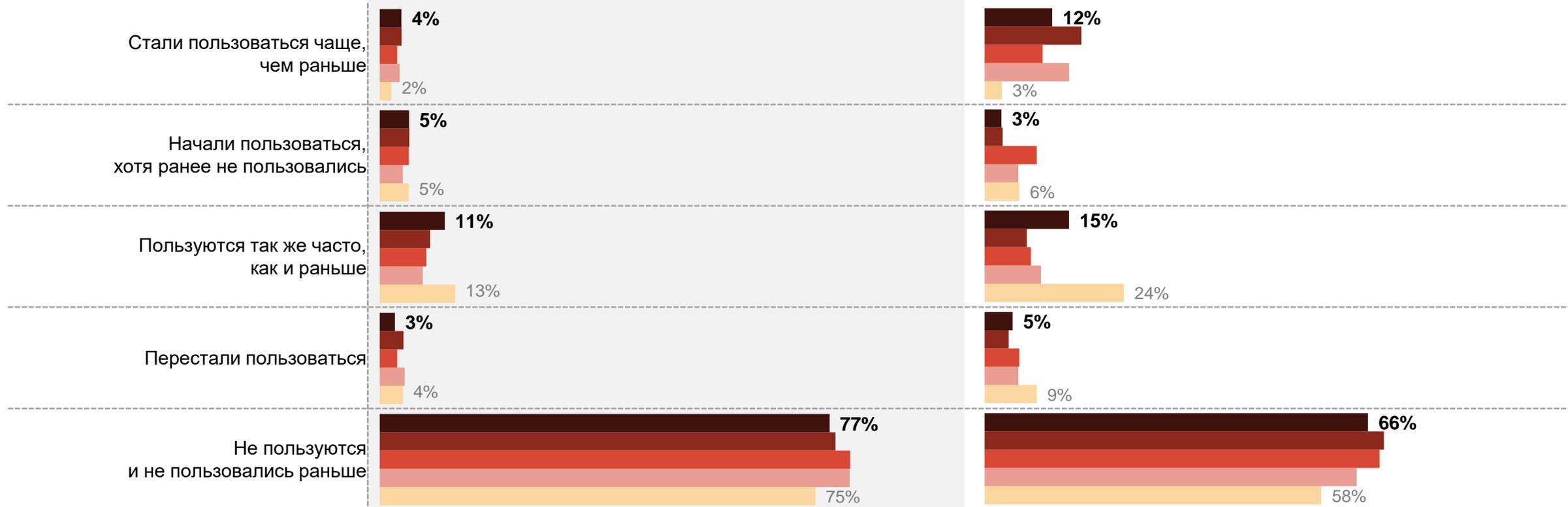
Основная часть россиян по-прежнему не пользуются доставкой еды и продуктов. Доля пользователей находится на уровне 20%.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03

Россия 

Москва 

Доставка продуктов на дом



Romir • Research • Rethink • React

27. Изменилась ли Ваша частота пользования следующими сервисами в связи с коронавирусом? Заказ продуктов на дом (Утконос, Instamart, Яндекс.Лавка, доставка из магазинов Перекресток, Лента и т.д)



Показатель вырос / снизился в текущей волне

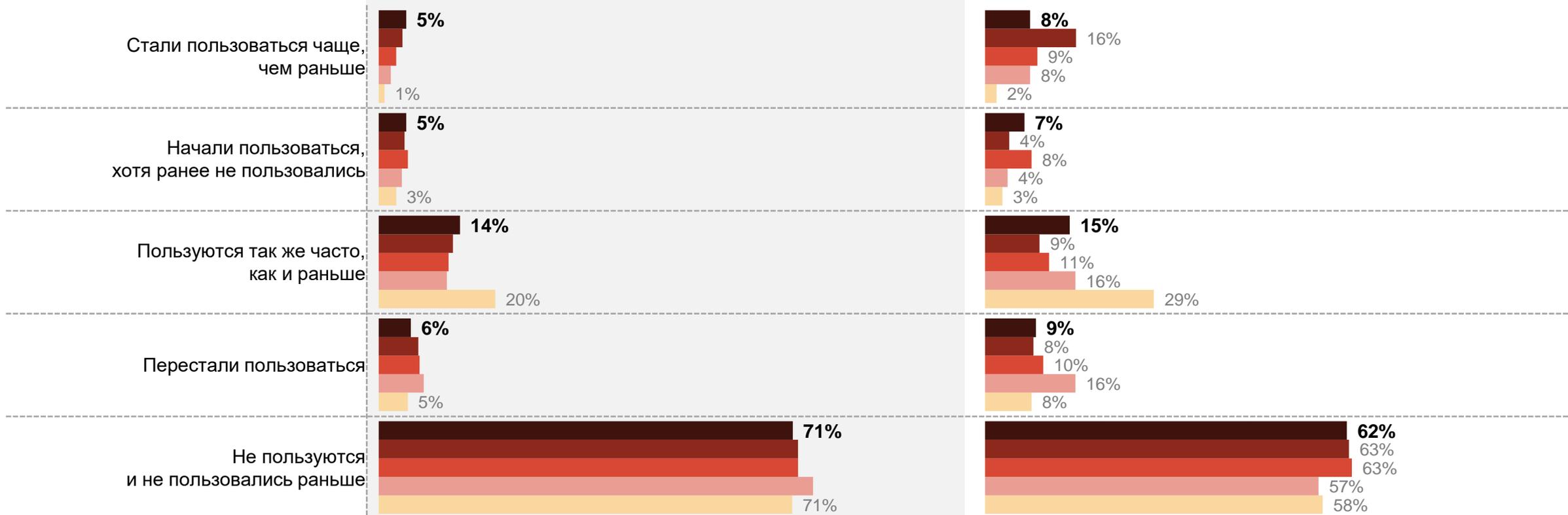
ОНЛАЙН. ДОСТАВКА ПРОДУКТОВ И ЕДЫ (2 из 3)

Так же, как и с доставкой продуктов, в России и в Москве растет число тех, кто продолжает пользоваться услугой по доставке еды из ресторанов так же часто, как и до введения режима самоизоляции в сравнении с 5-8 неделями.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03



Доставка еды из ресторанов / кафе



Romir • Research • Rethink • React



ОНЛАЙН. ДОСТАВКА ПРОДУКТОВ И ЕДЫ (3 из 3)

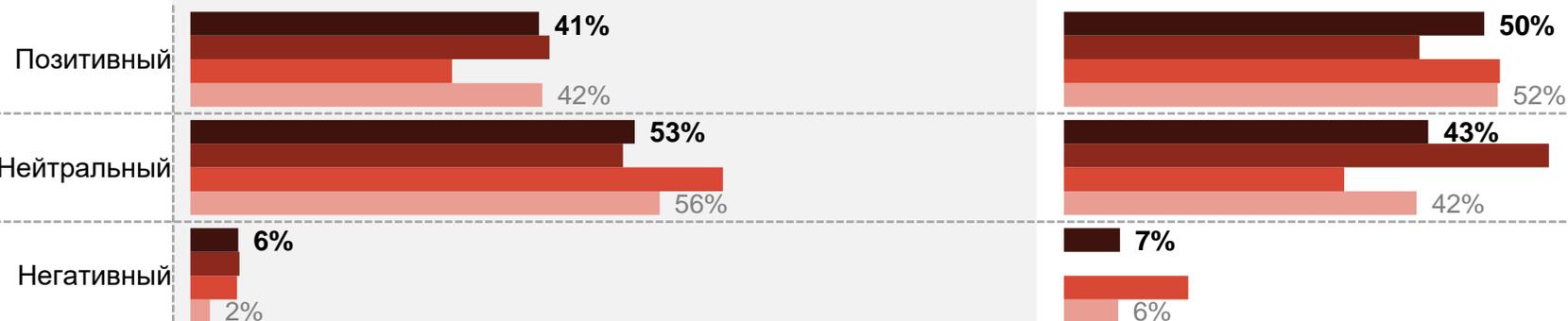
И в России, и в Москве преобладает нейтрально-позитивный опыт использования услуг по доставке продуктов и еды из ресторанов.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04

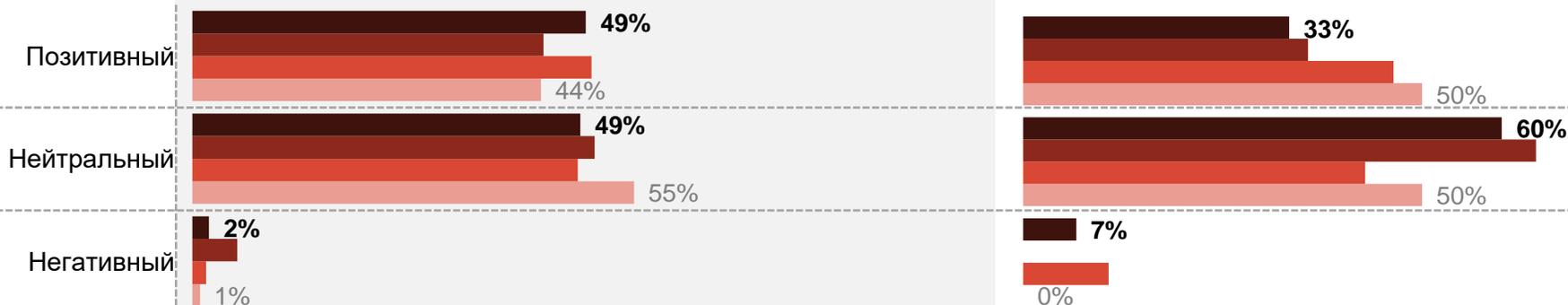
Россия 

Москва 

Опыт использования. Доставка продуктов на дом



Опыт использования. Доставка еды из ресторанов / кафе



Romir • Research • Rethink • React

29. Скажите, пожалуйста, опыт пользования доставкой в период пандемии для Вас Заказ продуктов на дом
 29. Скажите, пожалуйста, опыт пользования доставкой в период пандемии для Вас Заказ еды из ресторанов / кафе

  Показатель вырос / снизился в текущей волне

ПИТАНИЕ (1 из 2)

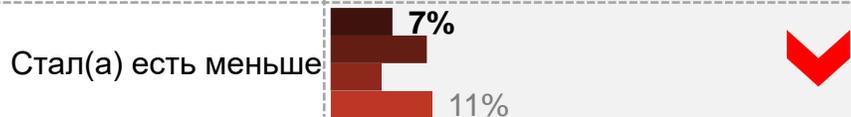
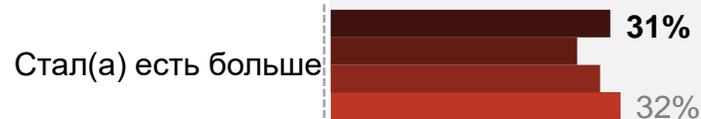
Большинство россиян не отметило изменений в потреблении домашней еды, при этом почти 40% сократили потребление фастфуда.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 8. 08.05-15.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 6. 24.04-30.04

Россия 

Москва 

Домашняя еда



Фастфуд



Romir • Research • Rethink • React

РС7. Скажите, пожалуйста, как изменилось Ваше питание в период ограничительных мер? Домашняя еда
 РС7. Скажите, пожалуйста, как изменилось Ваше питание в период ограничительных мер? Фастфуд

  Показатель вырос / снизился в текущей волне

ПИТАНИЕ (2 из 2)

Возросла доля россиян, которые планируют вернуться к привычному образу питания по окончании самоизоляции.

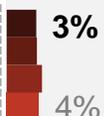
Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 8. 08.05-15.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 6. 24.04-30.04

Россия 

Москва 

Еда из кафе / ресторанов

Стал(а) есть больше



Стал(а) есть меньше

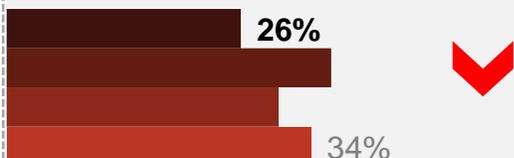


Также, как и ранее

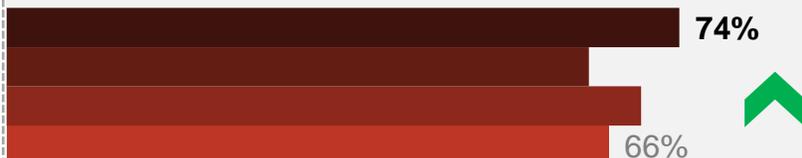


Как изменится Ваше питание после окончания ограничительных мер и возвращению к привычному ритму жизни?

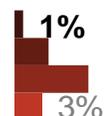
Сохраню новый образ питания



Вернусь к образу, который соблюдал до изоляции



Стал(а) есть больше



Стал(а) есть меньше



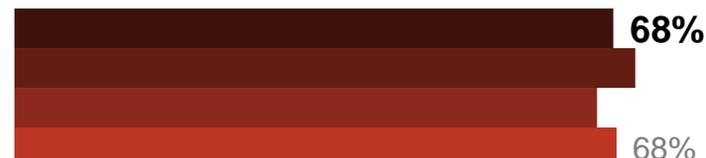
Также, как и ранее



Сохраню новый образ питания



Вернусь к образу, который соблюдал до изоляции



Romir • Research • Rethink • React

PC7. Скажите, пожалуйста, как изменилось Ваше питание в период ограничительных мер? Еда из кафе / ресторанов

PC8. Скажите, как Вы думаете, как изменится Ваше питание после окончания ограничительных мер и возвращению к привычному ритму жизни?



Показатель вырос / снизился в текущей волне

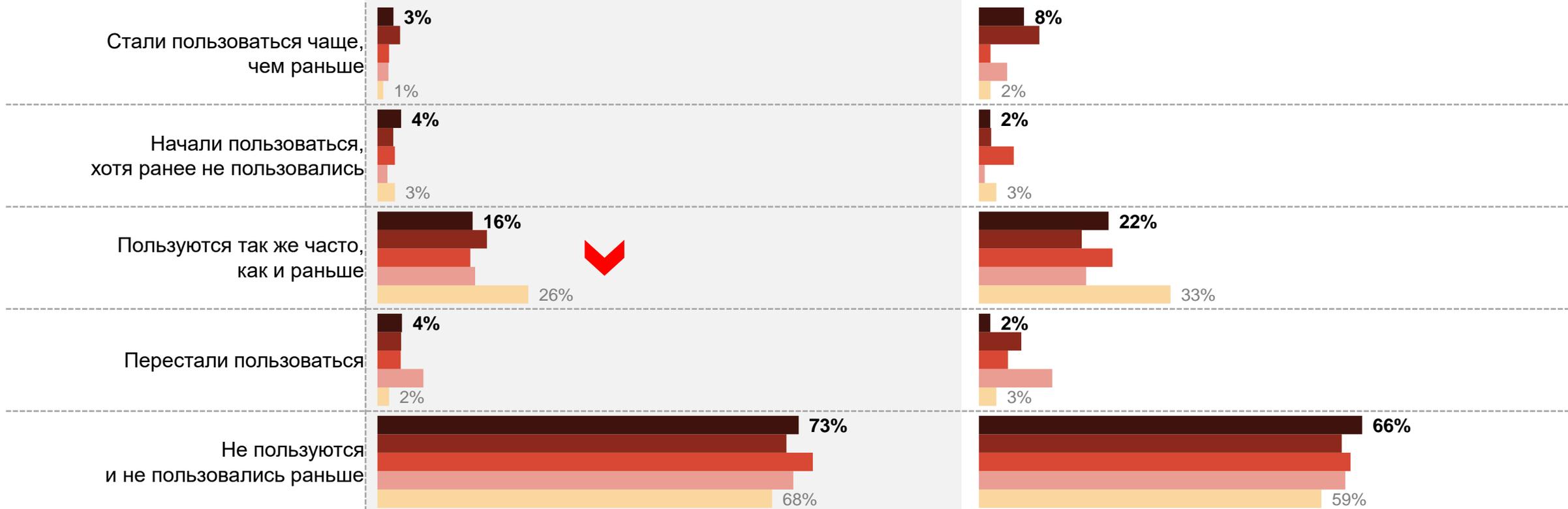
ОНЛАЙН. КОРМА ДЛЯ ЖИВОТНЫХ (1 из 2)

Спрос на услуги по покупке кормов для животных онлайн в Москве стабилизируется, возрастает число тех, кто пользуется доставкой так же часто, как и раньше.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03



Покупка кормов для животных из специализированных магазинов



Romir • Research • Rethink • React

27. Изменилась ли Ваша частота пользования следующими сервисами в связи с коронавирусом? Покупка кормов для животных из специализированных магазинов (4Лапы, Petshop.ru, Бетховен и т.д.)



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ОНЛАЙН. КОРМА ДЛЯ ЖИВОТНЫХ (2 из 2)

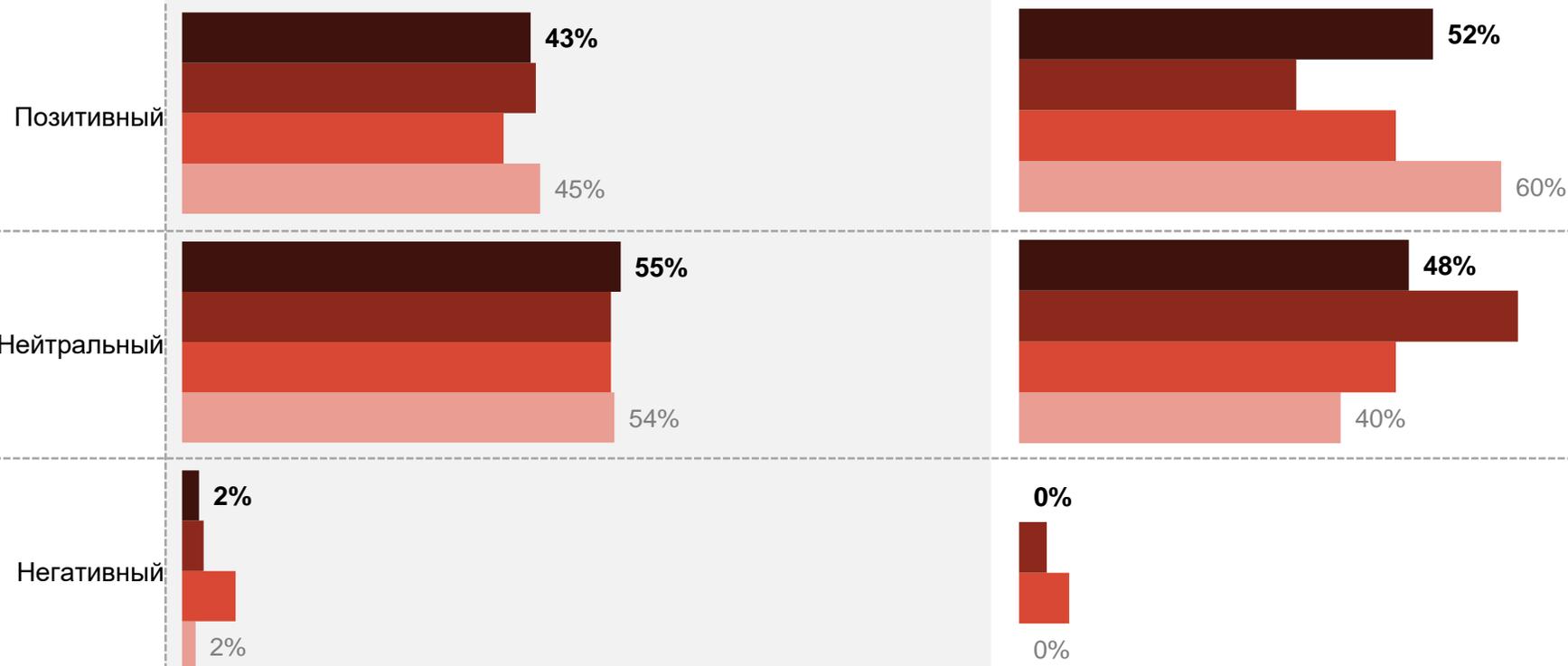
Большинство россиян удовлетворены опытом покупки кормов для животных.

Волна 9. 16.05-22.05
Волна 7. 01.05-07.05
Волна 5. 17.04-23.04
Волна 3. 03.04-09.04

Россия 

Москва 

Опыт использования. Покупка кормов для животных из специализированных магазинов



Romir • Research • Rethink • React

27. Изменилась ли Ваша частота пользования следующими сервисами в связи с коронавирусом? Покупка кормов для животных из специализированных магазинов (4Лапы, Petshop.ru, Бетховен и т.д.)



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ОНЛАЙН. МАГАЗИНЫ ОДЕЖДЫ (1 из 2)

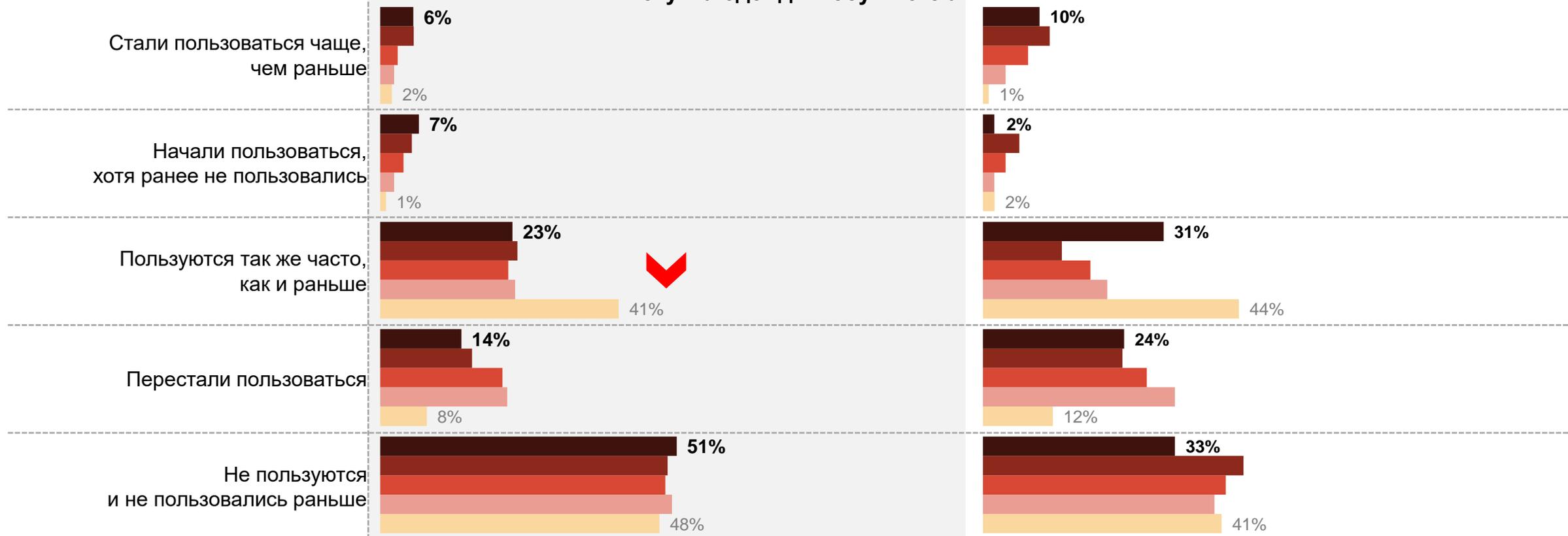
Доля москвичей, приобретающих одежду и обувь онлайн стремится к «докарантинным» (19-26 марта) значениям. Среди россиян отмечается сокращение привычного пользования данной услугой.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03

Россия 

Москва 

Покупка одежды / обуви онлайн



ОНЛАЙН. МАГАЗИНЫ ОДЕЖДЫ (2 из 2)

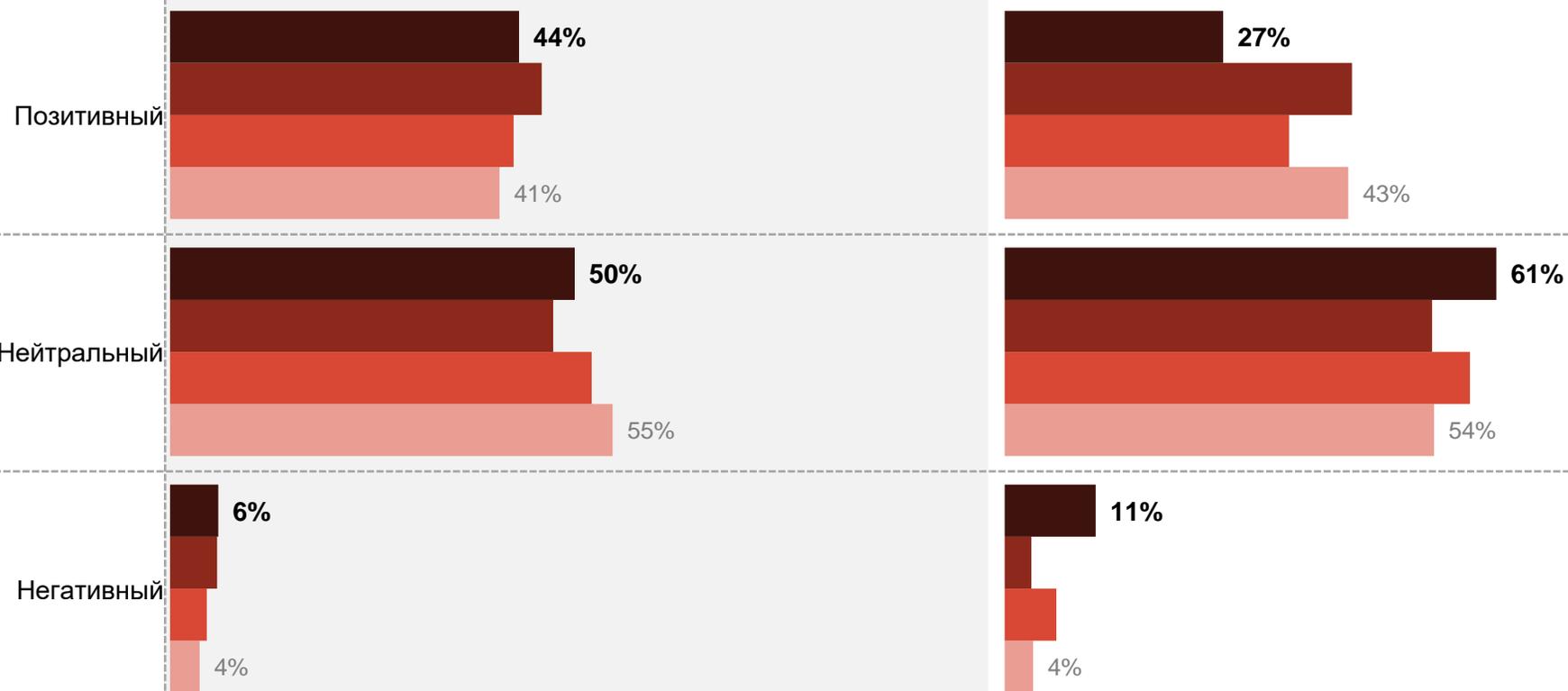
Россияне в основном удовлетворены использованием услуг по покупке одежды и обуви онлайн.

Волна 9. 16.05-22.05
Волна 7. 01.05-07.05
Волна 5. 17.04-23.04
Волна 3. 03.04-09.04

Россия 

Москва 

Опыт использования. Покупка одежды / обуви онлайн



27. Изменилась ли Ваша частота пользования следующими сервисами в связи с коронавирусом? Покупка одежды / обуви онлайн

Romir • Research • Rethink • React



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ОНЛАЙН. ЛЕКАРСТВА (1 из 2)

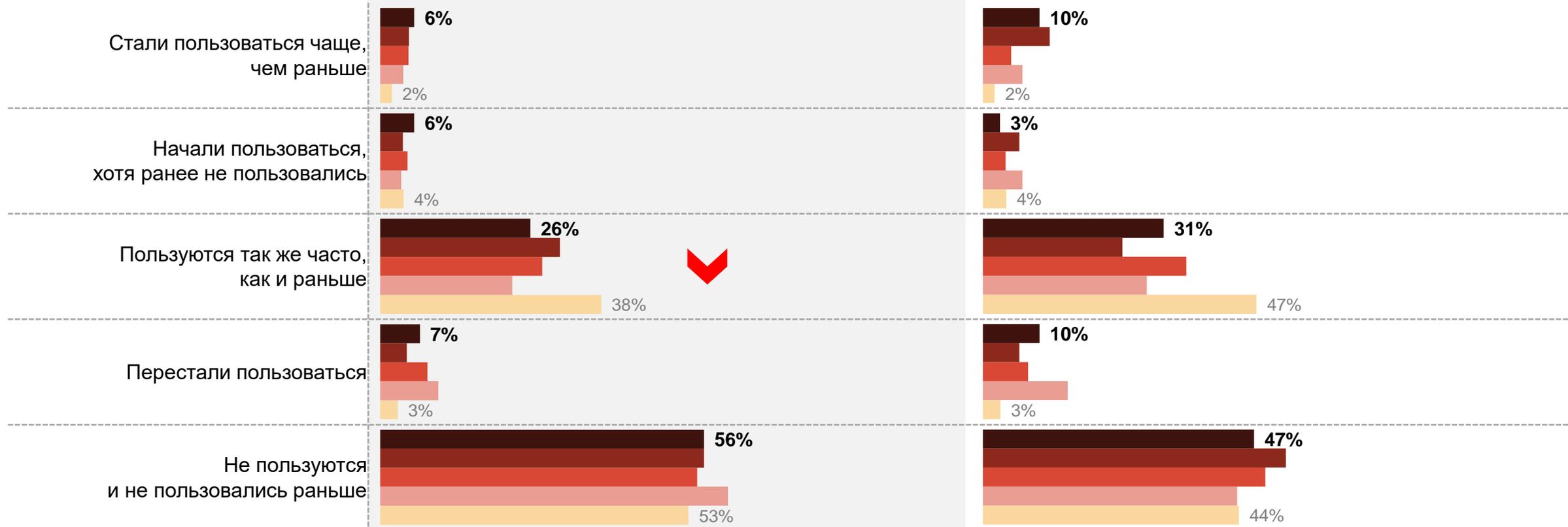
Сократилось число россиян, которые вернулись к обычному потреблению услуг по покупке лекарств онлайн.

Волна 9. 16.05-22.05
Волна 7. 01.05-07.05
Волна 5. 17.04-23.04
Волна 3. 03.04-09.04

Россия 

Москва 

Онлайн покупка лекарств (Аптека.ру и т.д.)



ОНЛАЙН. ЛЕКАРСТВА (2 из 2)

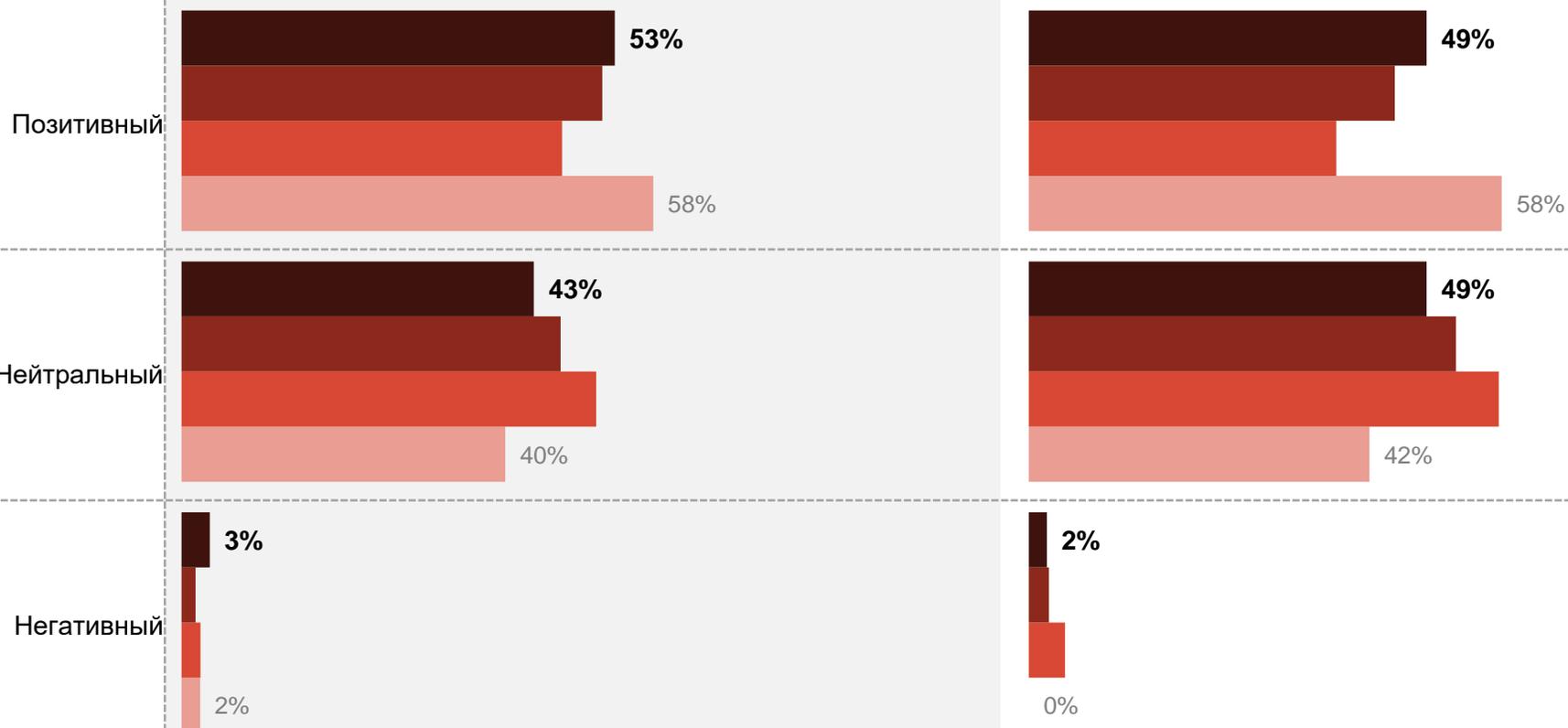
Россияне отмечают преимущественно нейтрально-положительный опыт пользования услугами по онлайн покупке лекарств.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04

Россия 

Москва 

Опыт использования. Онлайн покупка лекарств (Аптека.ру и т.д.)



Romir • Research • Rethink • React

27. Изменилась ли Ваша частота пользования следующими сервисами в связи с коронавирусом? Онлайн покупка лекарств (Аптека.ру и т.д.)



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ПОТРЕБЛЕНИЕ БРЕНДОВ (1 из 2)

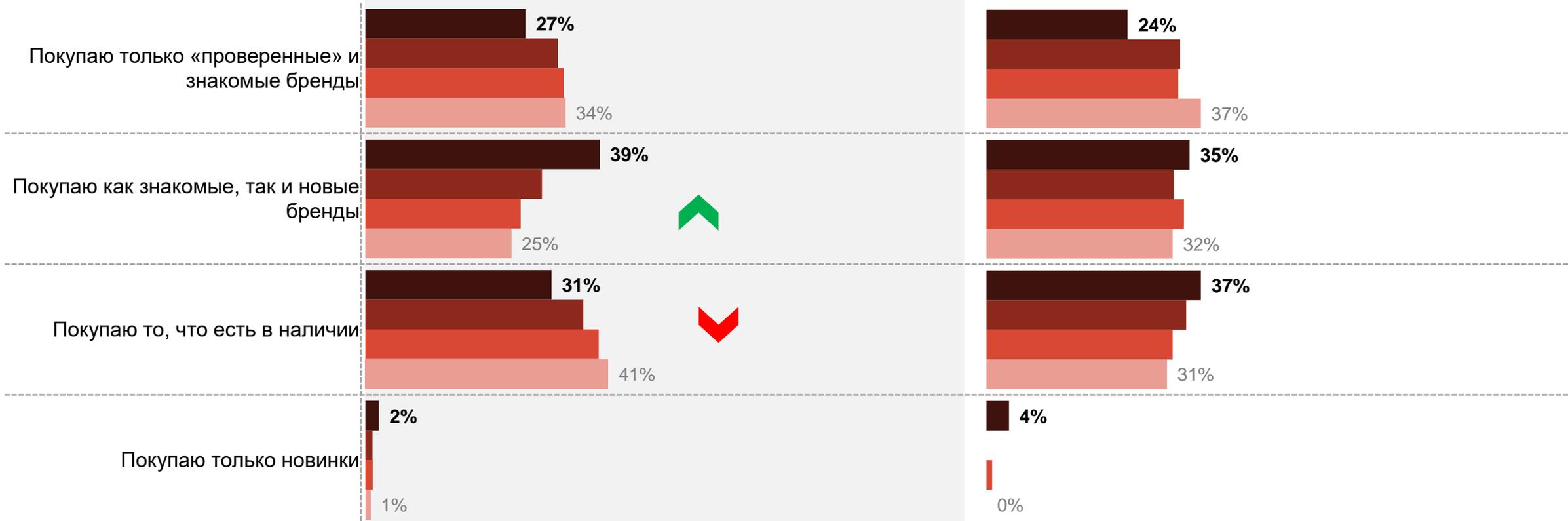
И среди москвичей, и среди россиян в целом, растет доля тех, кто покупает и знакомые бренды и новинки. Россияне реже стали ориентироваться только на продукты в наличии.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04

Россия 

Москва 

Изменились Ваши покупки в период распространения коронавируса?



30. Скажите, пожалуйста, как изменились Ваши покупки в период распространения коронавируса?

ПОТРЕБЛЕНИЕ БРЕНДОВ (2 из 2)

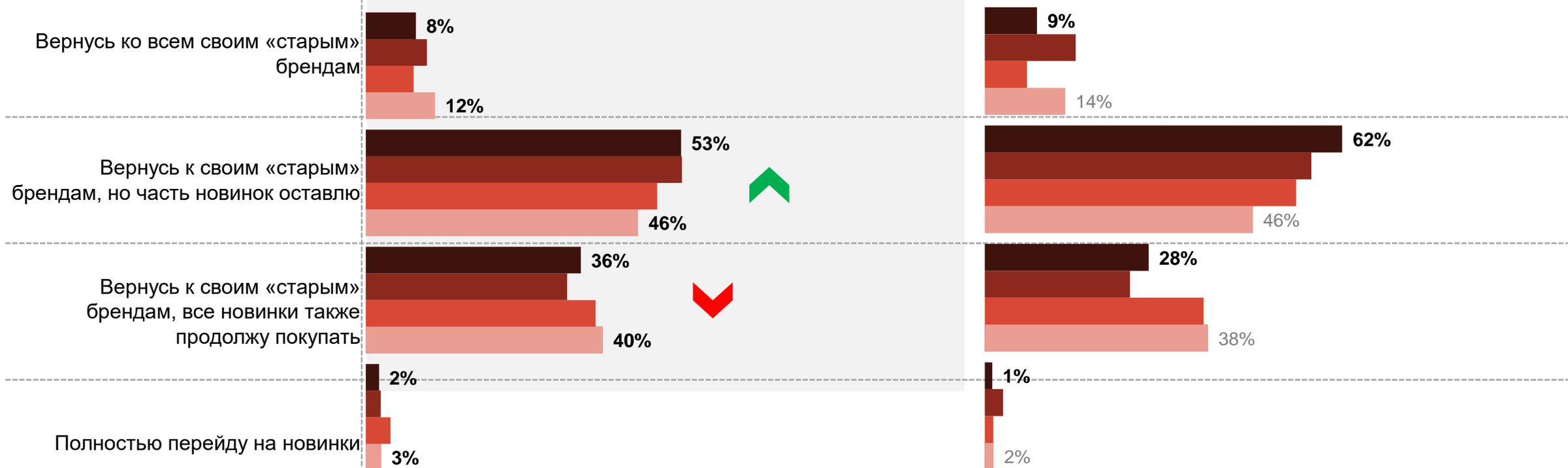
Россияне стали чаще отмечать, что наряду со «старыми» брендами продолжают покупать новинки.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04

Россия 

Москва 

Продолжите ли Вы покупать данные новые продукты и после окончания эпидемии, когда жизнь войдет в привычный ритм?



30. Скажите, пожалуйста, как изменились Ваши покупки в период распространения коронавируса?

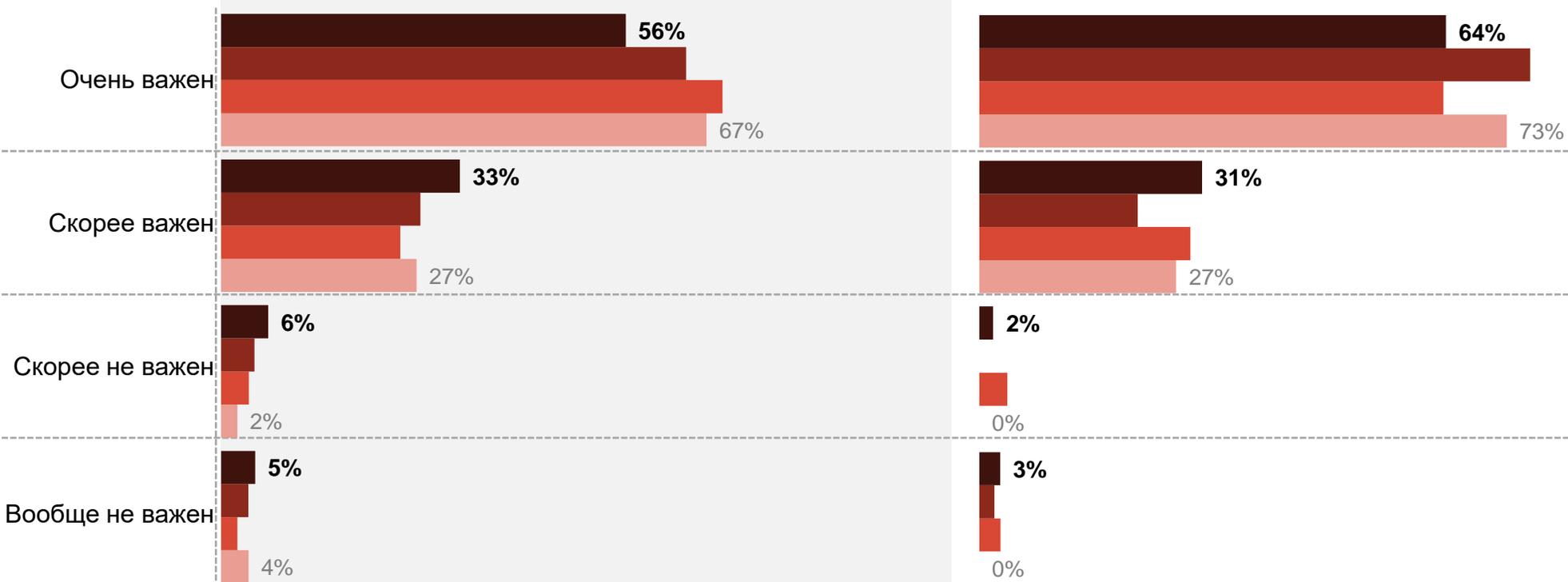
ЧИСТОТА И СТЕРИЛЬНОСТЬ (1 из 2)

Стерильность и чистота стабильно остается важным фактором при посещении магазинов, кафе и прочих общественных мест для почти 90% россиян.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04



Насколько для Вас важен фактор чистоты и стерильности продуктовых магазинов, ресторанов/кафе и прочих мест?



Romir • Research • Rethink • React

33. С учетом текущих событий, насколько для Вас важен фактор чистоты и стерильности продуктовых магазинов, ресторанов/кафе и прочих мест?

ЧИСТОТА И СТЕРИЛЬНОСТЬ (2 из 2)

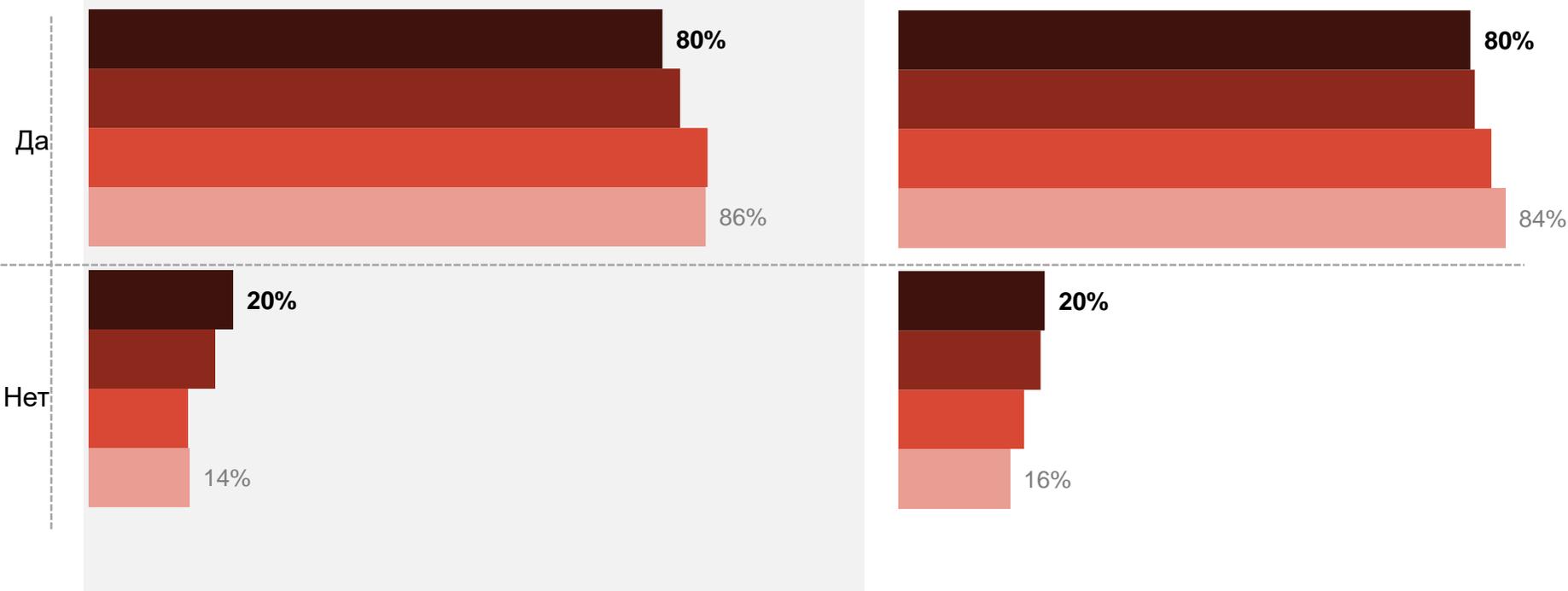
Среди россиян 80% считает, что будут и далее обращать особое внимание на стерильность и чистоту магазинов и кафе при выборе места для посещения.

Волна 9. 16.05-22.05
Волна 7. 01.05-07.05
Волна 5. 17.04-23.04
Волна 3. 03.04-09.04

Россия 

Москва 

Станет ли для Вас фактор стерильности и чистоты в продуктовых сетях и ресторанах/кафе и прочих местах решающим фактором выбора посещения места после пандемии?



34. Станет ли для Вас фактор стерильности и чистоты в продуктовых сетях и ресторанах/кафе и прочих местах решающим фактором выбора посещения места после пандемии?

Romir • Research • Rethink • React



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ТРЕБОВАНИЯ К СЕТЯМ И ДОСТАВКЕ

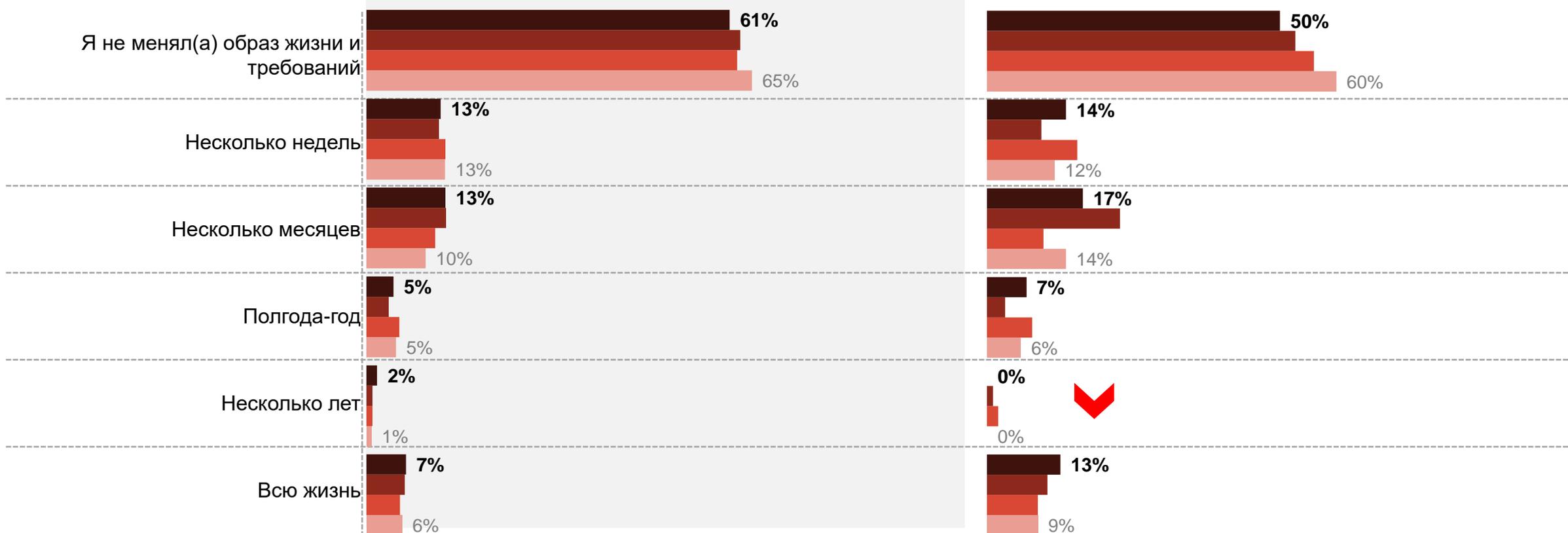
Почти 40% россиян отметили, что будут продолжать предъявлять повышенные требования к чистоте продуктовых сетей и доставки от нескольких недель до нескольких лет.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04

Россия 

Москва 

Как долго Вы будете предъявлять повышенные требования к продуктовым сетям, доставке?



Romir • Research • Rethink • React

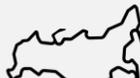
32. Скажите, пожалуйста, как Вы думаете, когда эпидемия вируса закончится, как долго Вы будете предъявлять повышенные требования в продуктовым сетям, доставке

  Показатель вырос / снизился в текущей волне

ТАКСИ И КАРШЕРИНГ (1 из 2)

И в России в целом, и в Москве постепенно повышается доля тех, кто чаще стал пользоваться такси.

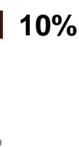
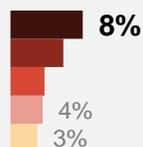
Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03

Россия 

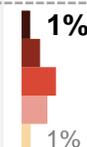
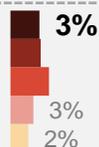
Москва 

Использование такси

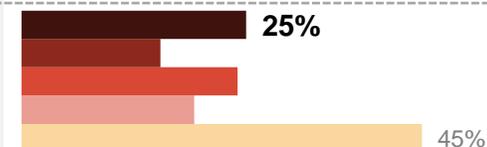
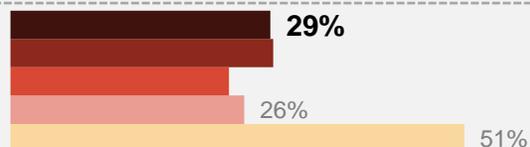
Стали пользоваться чаще,
чем раньше



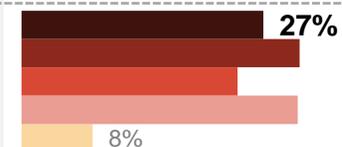
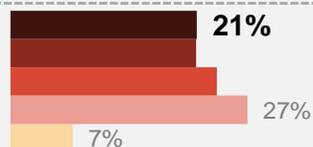
Начали пользоваться,
хотя ранее не пользовались



Пользуются так же часто,
как и раньше



Перестали пользоваться



Не пользуются
и не пользовались раньше



Romir • Research • Rethink • React

27. Изменилась ли Ваша частота пользования следующими сервисами в связи с коронавирусом? Использование такси



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ТАКСИ И КАРШЕРИНГ (2 из 2)

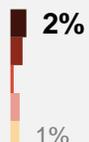
Запрет каршеринга в Москве пока никак не отразился на использовании услуг в других регионах.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03

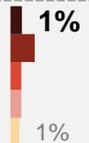


Использование каршеринга

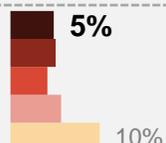
Стали пользоваться чаще,
чем раньше



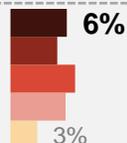
Начали пользоваться,
хотя ранее не пользовались



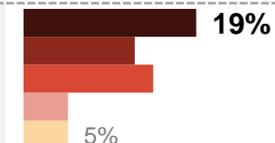
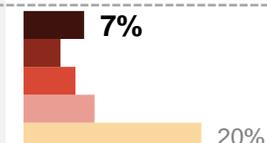
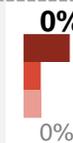
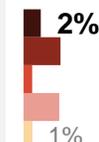
Пользуются так же часто,
как и раньше



Перестали пользоваться



Не пользуются
и не пользовались раньше



Romir • Research • Rethink • React

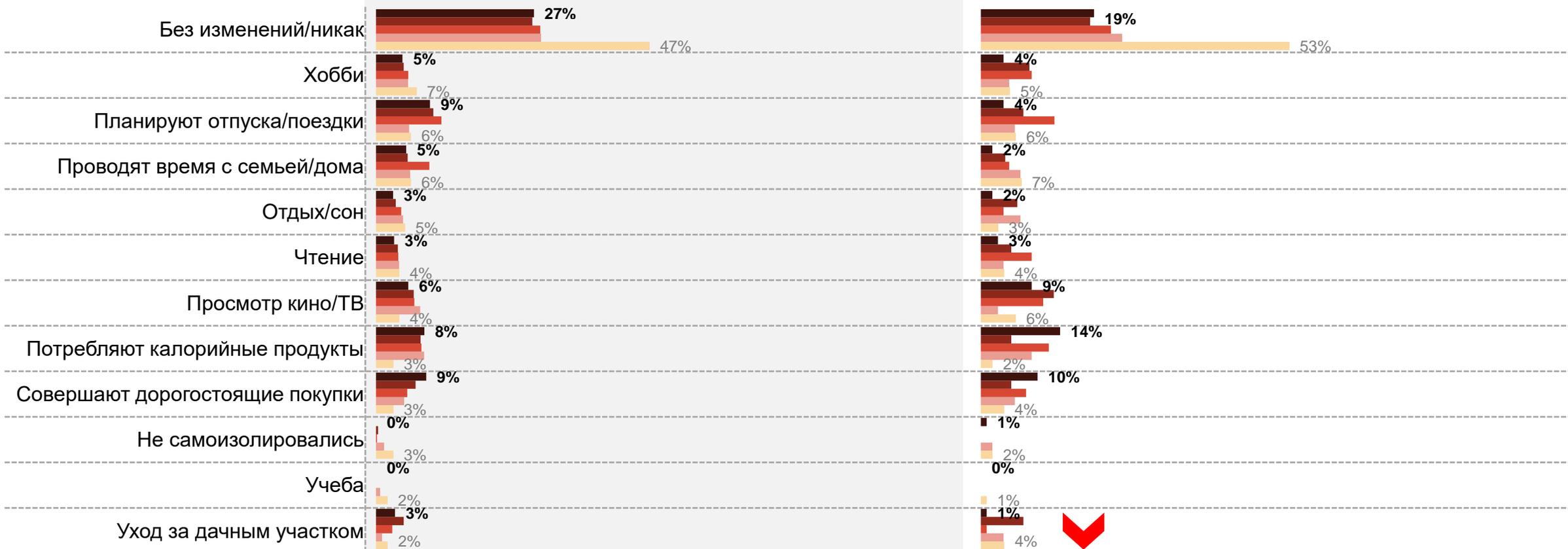
ДОСУГ (1 ИЗ 2)

Примерно треть населения не отметили изменений в досуге.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03



Как Вы себя радуете в сложившейся ситуации самоизоляции / работы из дома?



Romir • Research • Rethink • React

29. Как Вы себя радуете в сложившейся ситуации самоизоляции / работы из дома / введенных ограничений по посещению общественных мест?

▲ ▼ Показатель вырос / снизился в текущей волне

ДОСУГ (2 ИЗ 2)

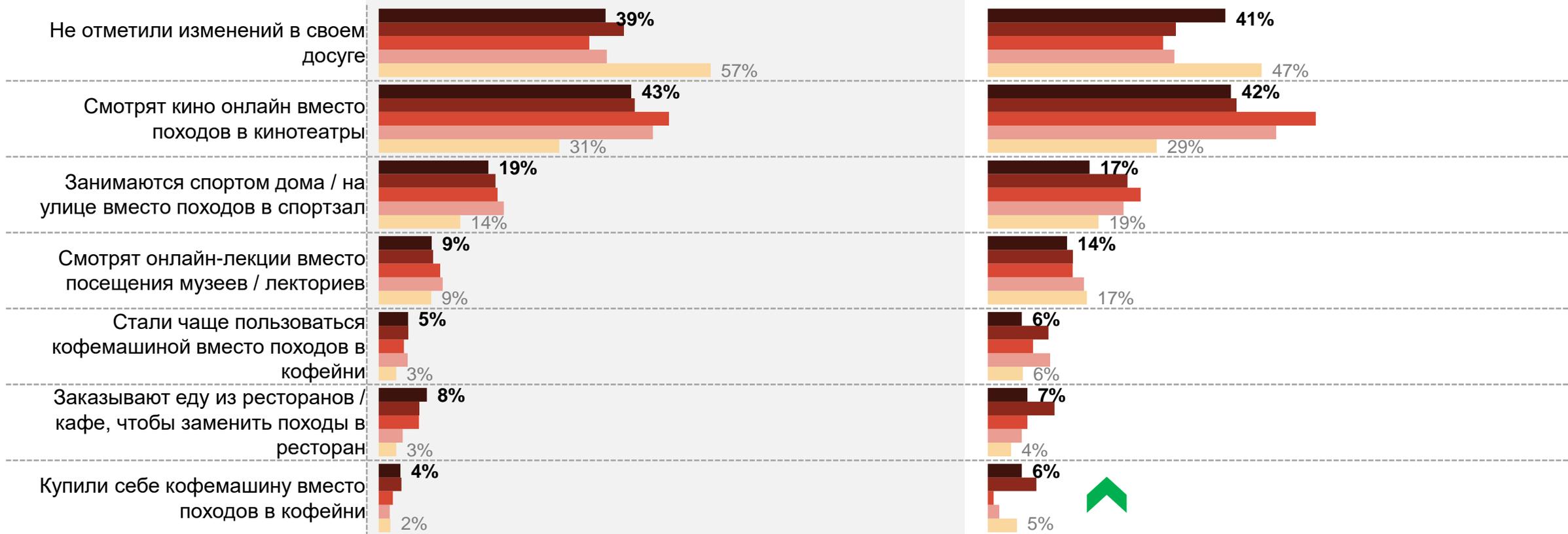
Оценки досуга стабилизируются: россияне преимущественно смотрят кино онлайн и занимаются спортом дома.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 5. 17.04-23.04
 Волна 3. 03.04-09.04
 Волна 1. 19.03-26.03

Россия 

Москва 

Как Вы заменяете тот досуг, которого лишились / который ограничили в связи с коронавирусом?



ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ОКОНЧАНИИ КАРАНТИНА (1 ИЗ 4)

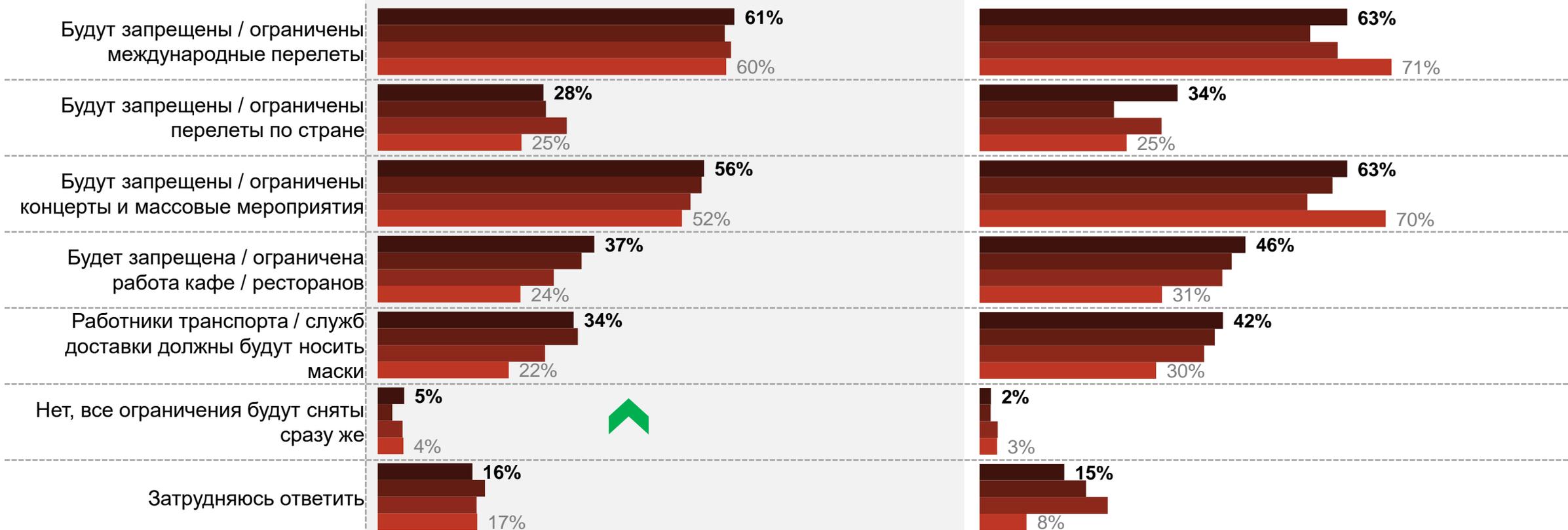
Больше половины населения считает, что международные перелеты и массовые мероприятия будут ограничены и по окончании карантина.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 8. 08.05-15.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 6. 24.04-30.04

Россия 

Москва 

На Ваш взгляд, когда режим самоизоляции будет отменен, останутся ли какие-то ограничения в дальнейшем еще на некоторое время?



РС3. На Ваш взгляд, когда режим самоизоляции в текущем виде будет отменен, останутся ли какие-то ограничения в дальнейшем еще на некоторое время?

Romir • Research • Rethink • React

  Показатель вырос / снизился в текущей волне

ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ОКОНЧАНИИ КАРАНТИНА (2 ИЗ 4)

Среди тех, кто считает, что перелеты будут ограничены, возросло число тех, то думает, что ограничения продлятся около месяца. Однако, большинство отмечает, что ограничения продлятся несколько месяцев.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 8. 08.05-15.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 6. 24.04-30.04

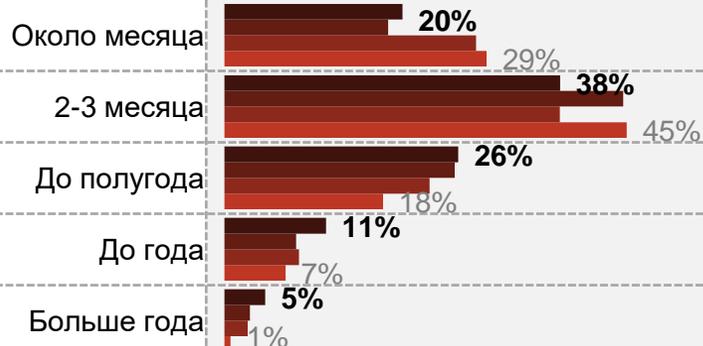
Россия 

Москва 

Международные перелеты*



Перелеты по стране*



Выборка слишком мала для анализа

*Среди отметивших данный вариант

Romir • Research • Rethink • React

РС4. На Ваш взгляд, сколько времени еще будут сохранены эти ограничения? Да, еще какое-то время будут запрещены / ограничены международные перелеты
 РС4. На Ваш взгляд, сколько времени еще будут сохранены эти ограничения? Да, еще какое-то время будут запрещены / ограничены перелеты по стране



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ОКОНЧАНИИ КАРАНТИНА (3 ИЗ 4)

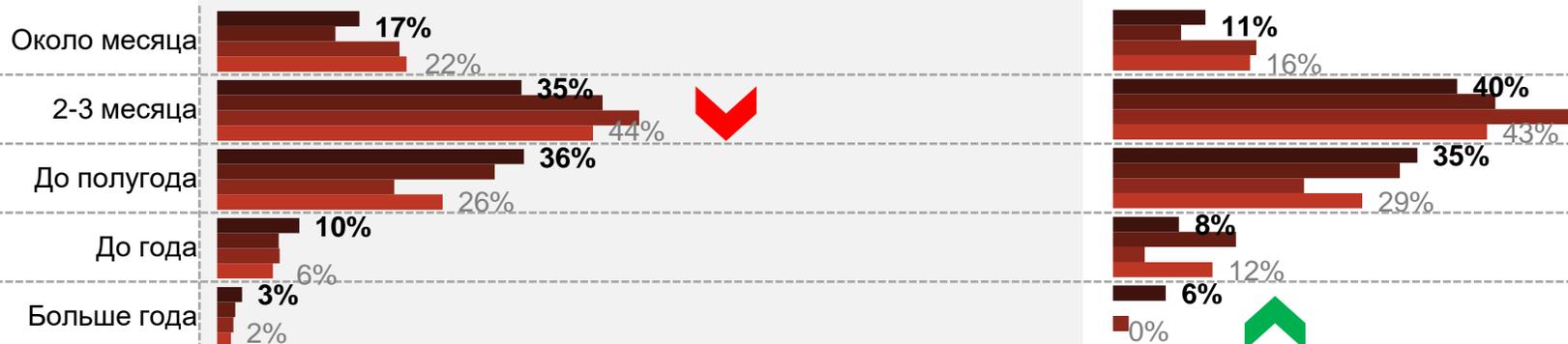
Растет доля тех, кто думает, что массовые мероприятия и работа кафе будут ограничены еще минимум полгода.

Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 8. 08.05-15.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 6. 24.04-30.04

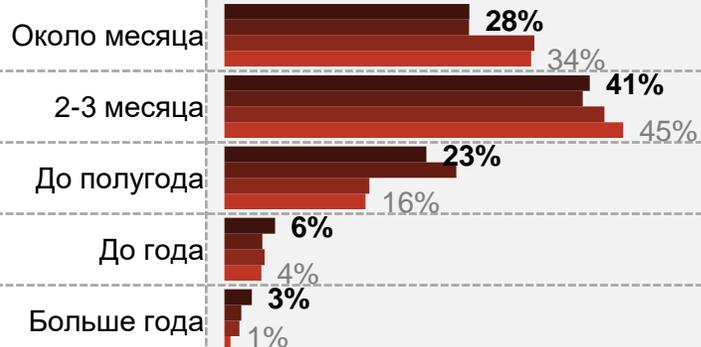
Россия 

Москва 

Концерты и массовые мероприятия*



Работа кафе / ресторанов*



Выборка слишком мала для анализа

*Среди отметивших данный вариант

Romir • Research • Rethink • React

РС4. На Ваш взгляд, сколько времени еще будут сохранены эти ограничения? Да, еще какое-то время будут запрещены / ограничены концерты

РС4. На Ваш взгляд, сколько времени еще будут сохранены эти ограничения? Да, еще какое-то время будет запрещена / ограничена работа кафе / ресторанов



Показатель вырос / снизился в текущей волне

ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ОКОНЧАНИИ КАРАНТИНА (4 ИЗ 4)

Необходимость носить маски у работников транспорта и служб доставки по мнению россиян продлится не менее нескольких месяцев.

Волна 9. 16.05-22.05
Волна 8. 08.05-15.05
Волна 7. 01.05-07.05
Волна 6. 24.04-30.04

Россия 

Москва 

Работники транспорта / служб доставки должны будут носить маски*



Выборка слишком мала для анализа

*Среди отметивших данный вариант

Romir • Research • Rethink • React

РС4. На Ваш взгляд, сколько времени еще будут сохранены эти ограничения? Да, еще какое-то время работники транспорта / служб доставки и т.д. должны будут носить маски



Показатель вырос / снизился в текущей волне

РАБОТА И МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Россияне преимущественно отмечают ухудшения в материальном положении. Москвичи стали реже отмечать, что продолжат работать на старом месте работы.

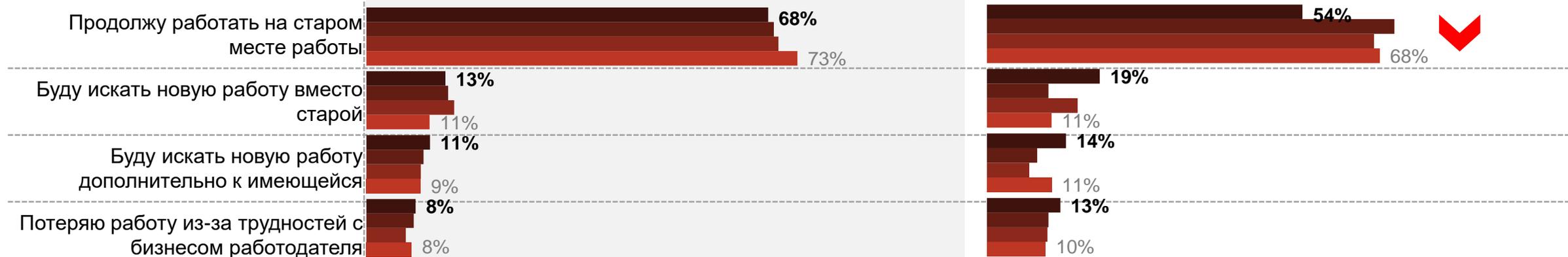
Волна 9. 16.05-22.05
 Волна 8. 08.05-15.05
 Волна 7. 01.05-07.05
 Волна 6. 24.04-30.04



Ваше материальное положение по сравнению с ситуацией до начала пандемии... ?



После окончания мер по борьбе с коронавирусом Вы, скорее всего...



Romir • Research • Rethink • React

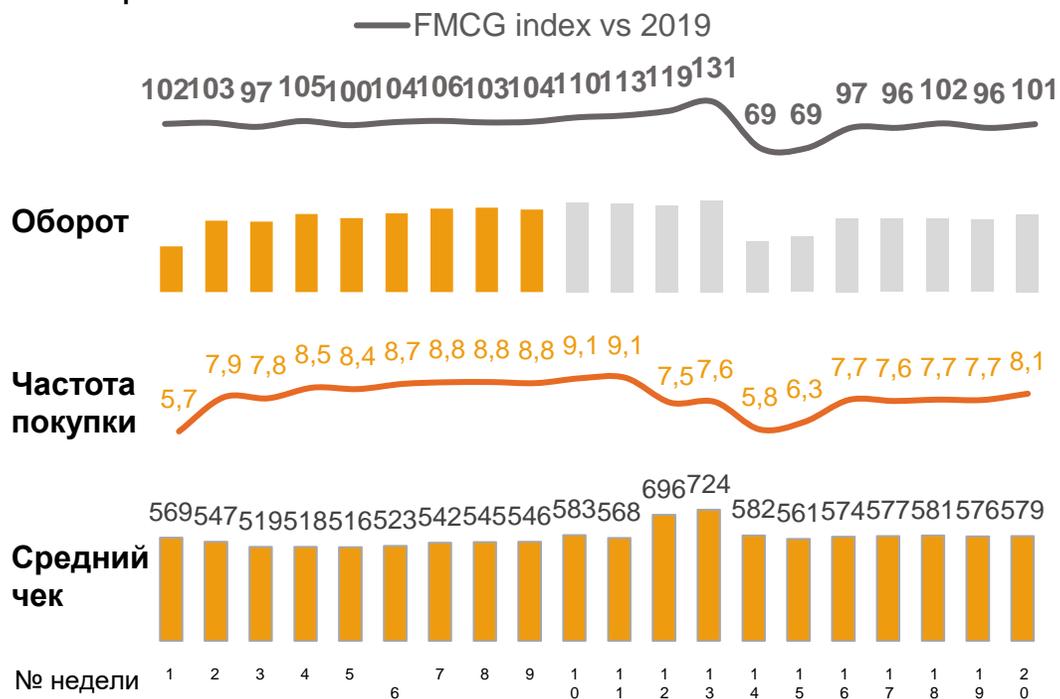
РС5. Вы ожидаете, что после окончания мер по борьбе с коронавирусом, ваше материальное положение по сравнению с ситуацией до начала пандемии...
 РС6. После окончания мер по борьбе с коронавирусом Вы, скорее всего...



Россияне сильно меняют покупательское поведение.

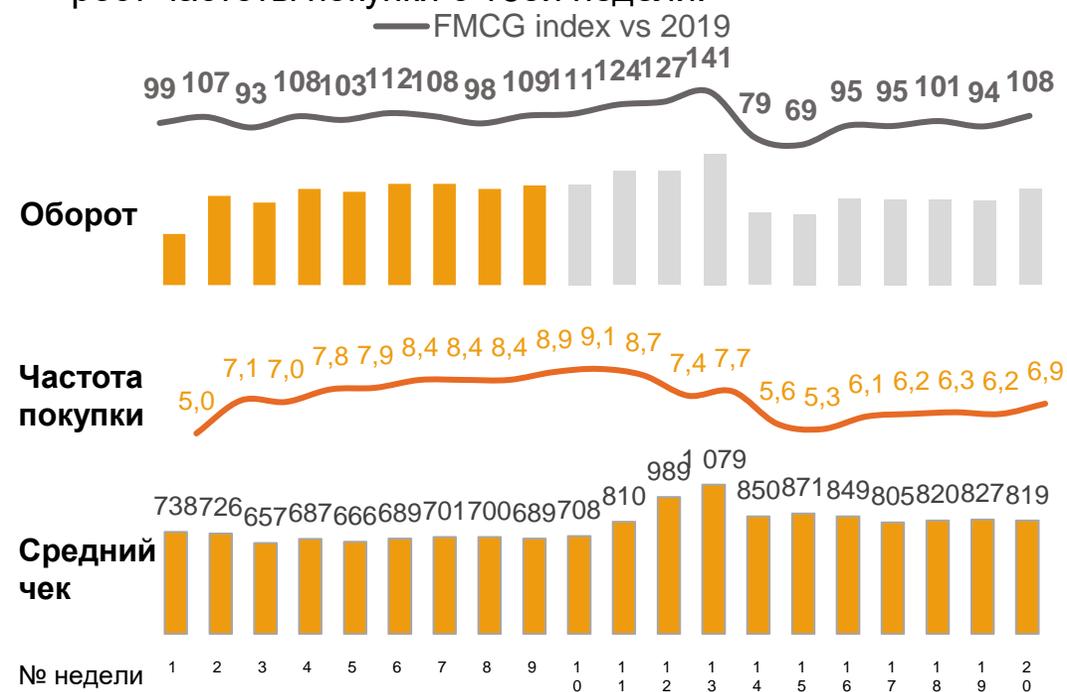
Россия

На третьей неделе марта покупатель значительно увеличил средний чек. Однако уже на 14 и 15 неделях покупатель сокращает число походов в магазин и средний чек, а с 16ой недели начинает возвращаться к прежнему потреблению.

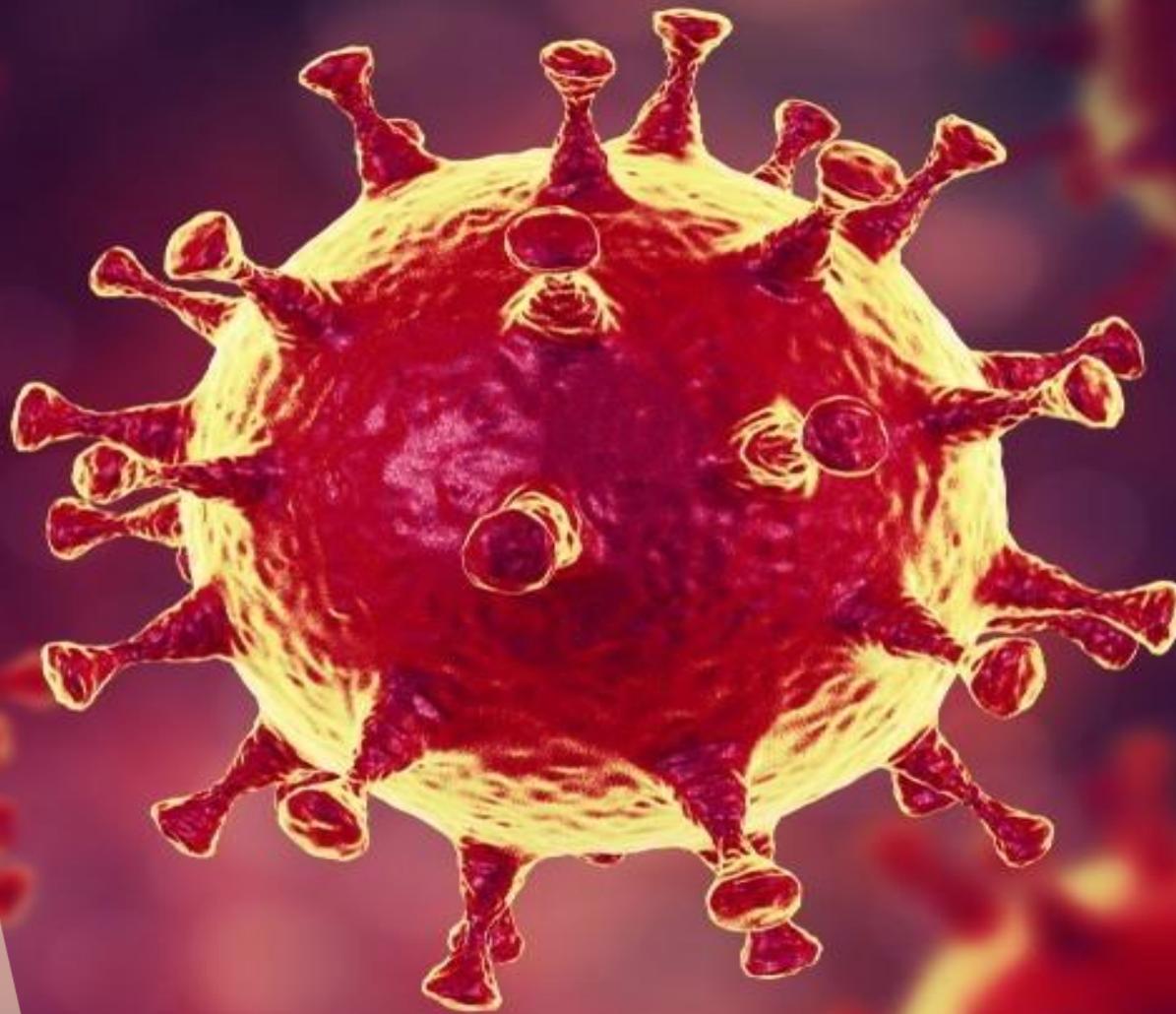


Москва

Но Москвичи начали реагировать на ситуацию в мире раньше всей России. Уже со второй недели марта они сокращают частоту походов в ТТ и увеличивают размер закупки на 12 и 13 неделях, после чего мы видим спад показателей на 14 и 15 неделях и затем рост частоты покупки с 16ой недели.



Программа исследования



БЭКГРАУНД ИССЛЕДОВАНИЯ:

БЭКГРАУНД ИССЛЕДОВАНИЯ:

Текущие глобальные и локальные события, связанные с объявлением пандемии и распространением COVID-19 неизбежно влекут за собой изменения в настроениях, ожиданиях и, как следствие, поведении российского покупателя. Это становится причиной сильных флуктуаций, которые на текущий момент наблюдаются на рынке FMCG и ритейла и которые зачастую не поддаются рациональным и логичным объяснениям. Это ставит нас перед необходимостью изучения и отслеживания с последующей возможностью анализа трансформаций всех сторон жизни российского покупателя.

БИЗНЕС ЗАДАЧА ИССЛЕДОВАНИЯ:

Оценить и проанализировать влияние COVID-19 на изменение покупательского поведения на рынке FMCG и ритейла как на уровне среднестатистического российского покупателя, так и с фокусом на конкретную целевую аудиторию (покупатели определённой категории/группы брендов/бренда)

БИЗНЕС - ЗАДАЧА ИССЛЕДОВАНИЯ:

КЛЮЧЕВЫЕ БЛОКИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- Анализ и оценка отношения российского покупателя к COVID-19
- Выявление трансформаций на рынке досуга/развлечений
- Тренды домашнего досуга
- Оценка отношения покупателей к макроэкономическим трансформациям (в частности, к колебаниям курса валют)
- Анализ изменений покупательского поведения (частота покупок, средний чек, доля сокративших / увеличивших покупки)
- Анализ изменений на уровне торгового пространства (число посещаемых торговых сетей, частота и средний чек по каналам продаж)



ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ:



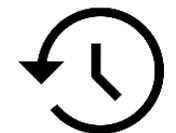
ГЕОГРАФИЯ

Города России 10 тыс. + отдельный фокус на Москву



ВЫБОРКА

40 000 панелистов



ПЕРИОД

Период аналитики - 6 недель
(12, 13, 14, 15, 16, 17 неделя 2020 года)
на недельной основе



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

1. Покупатели FMCG в целом
2. Целевая аудитория по выбору заказчика (покупатели категории/ группы брендов/ бренда)



ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ:



Этап 1

Данные
потребительской панели



Позволят оценить фактическое изменение покупательского поведения как в отношении определенных категорий/группы брендов/брендов на рынке в целом, так и на уровне ключевых ритейлеров



Этап 2

Опрос на базе
потребительской панели



Количественная оценка изменений, происходящих с покупателем фокусной категории/группы брендов/бренда в условиях пандемии COVID-19



ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ:



Этап 1

Данные
потребительской панели



Этап 2

Опрос на базе
потребительской панели



ПОКРЫВАЕМЫЕ АНАЛИТИЧЕСКИЕ БЛОКИ ПО КАЖДОМУ ЭТАПУ

- Анализ изменений покупательского поведения (частота покупки, средний чек. Доля сокративших / увеличивших покупки)
- Анализ изменений на уровне торгового пространства (среднее число сетей в портфеле покупателя, частота и средний чек по каналам продаж)

- Анализ и оценка отношения российского покупателя к COVID-19
- Выявление трансформаций на рынке досуга/развлечений
- Тренды домашнего досуга
- Оценка отношения покупателей к макроэкономическим трансформациям (в частности, к колебаниям курса валют)



БЮДЖЕТ И СРОКИ ПРОЕКТА:



БЮДЖЕТ ПРОЕКТА		Стоимость, рублей, без НДС
1.	Блок по FMCG трендам (данные на уровне среднестатистического российского покупателя)	For free
2.	Блок по фокусной покупательской аудитории (покупатели категории/группы брендов/бренда)	470 000

Стоимость указана за 4 недели данных, с еженедельным обновлением



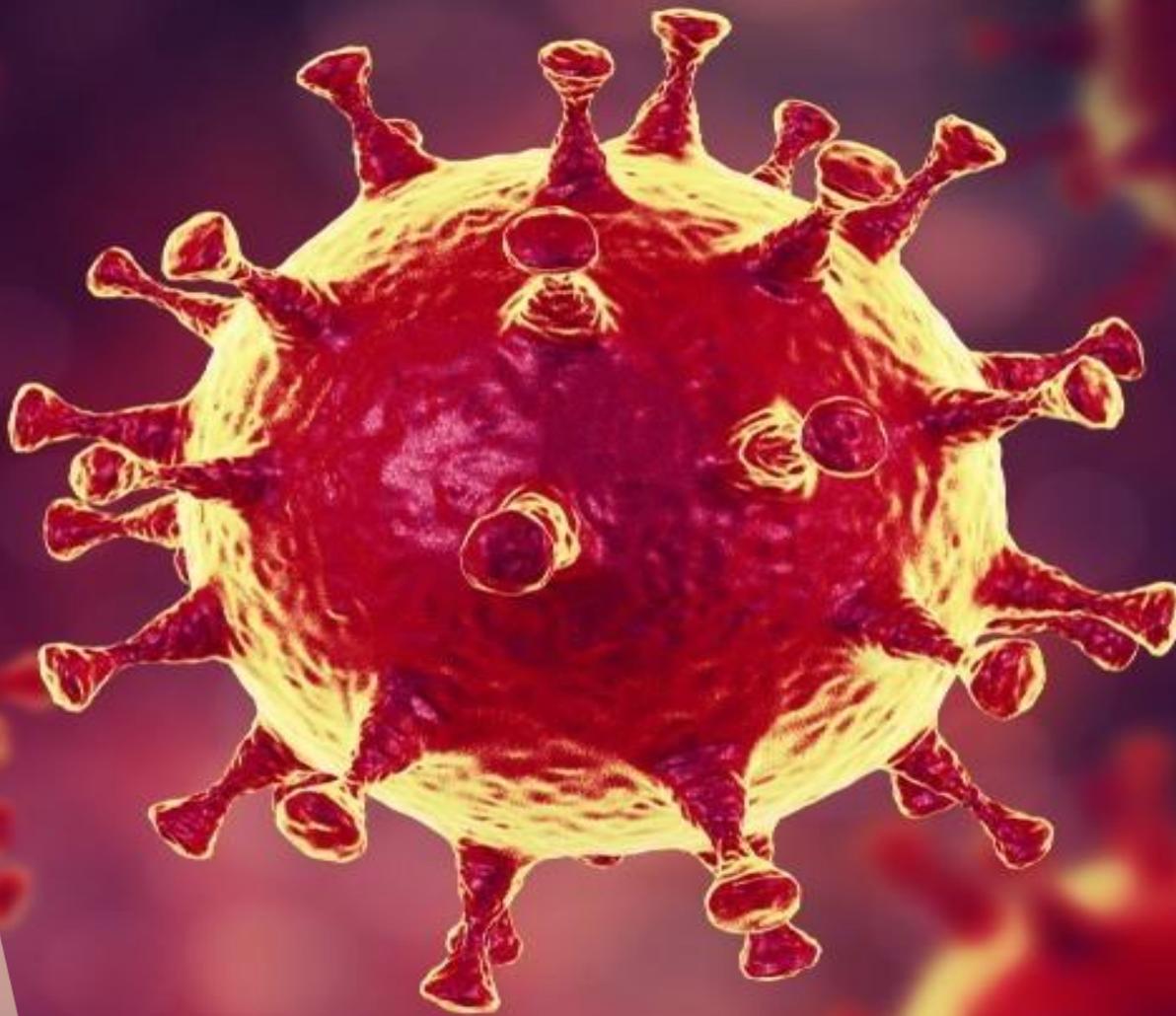
СРОКИ ПРОЕКТА		Количество рабочих дней
1.	Полный отчет	Каждый четверг

Возможное продление по просьбе Заказчика





**Методология
потребительской
панели Ромир**



Методология потребительской панели Ромир



Панелисты



Сканирование
QR-кода



Панелист
отвечает на
вопросы
регулярного
мониторинга



Обработка
данных

Ромир
непрерывно
собирает базы
данных и
анализирует по
различным
срезам

40 000 панелистов

Репрезентативная
выборка
жителей
города/района



Регистрация
всех покупок
удобным
способом



**220 городов
с населением 10 000+**



Покрытие Панели Ромир

220

городов России с населением 10 000+



Возможность проведения опросов на базе потребительской панели

Методология



Техническое задание



Полевые работы



Сбор данных



Результаты

СКОРОСТЬ

Таргетинг на основе объективных данных

ВЫСОКИЙ ОТЛИК

Надежные и ответственные респонденты-панелисты

ИНТЕГРАЦИЯ

С панельными данными



Romir

52

Спасибо!
Команда Ромир

