

Результаты исследования в разрезе потребительского поведения людей зрелого возраста

д.э.н. профессор Шерешева М.Ю.

Директор центра исследований сетевой экономики



Россия: запрос на новую политику в отношении людей старшего возраста

- **Социальный проект «50 ПЛЮС»**
2011 год
- **Поддержка проекта «50 ПЛЮС» - Совет Федерации РФ, Правительство Москвы, Торгово-промышленная палата РФ**
2012 год
- **Заседание Президиума Государственного совета РФ «О развитии системы социальной защиты граждан пожилого возраста»**
август 2014 года
- **Доклад Всемирного банка «В поисках нового «серебряного века» в России: факторы и последствия старения населения»**
2015 год

Концепция активного долголетия

- Люди пожилого возраста должны активно участвовать в жизни общества
- Их нельзя лишать возможности оставаться на рынке труда, пока у них есть желание и пока позволяет состояние здоровья
- Им нужна возможность развивать свои знания и навыки, получать образование
- Им необходимо иметь равный доступ к услугам системы здравоохранения в достаточном объеме для получения нужной им медицинской помощи

Исследование 2016



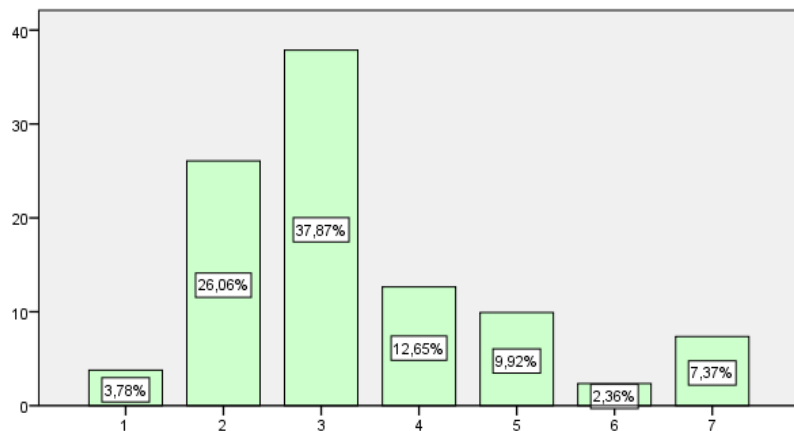
Социальная и экономическая активность людей зрелого возраста (категория 50+): Потребности. Удовлетворенность. Модели потребительского поведения. Взаимодействие с бизнесом и органами власти

География: Владимир, Москва

Качественное исследование (фокус-групповые дискуссии) - февраль 2016

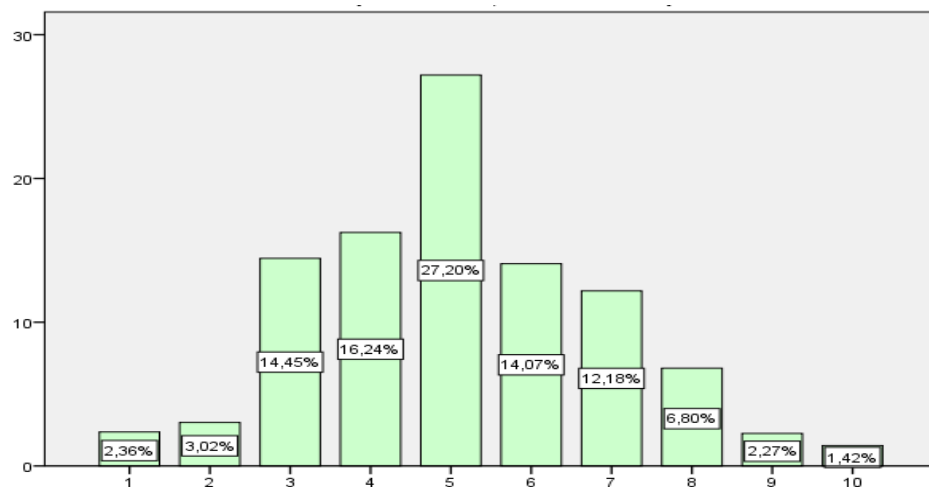
Количественного исследование (Москва: 500 респондентов Владимир: 600 респондентов) – март 2016

Благосостояние



1. Не хватает на еду
2. Хватает на еду
3. Хватает на еду, одежду, мелкую бытовую технику
4. Можем купить крупную бытовую технику
5. Все, кроме недвижимости
6. Можем приобрести недвижимость
7. Затруднились ответить

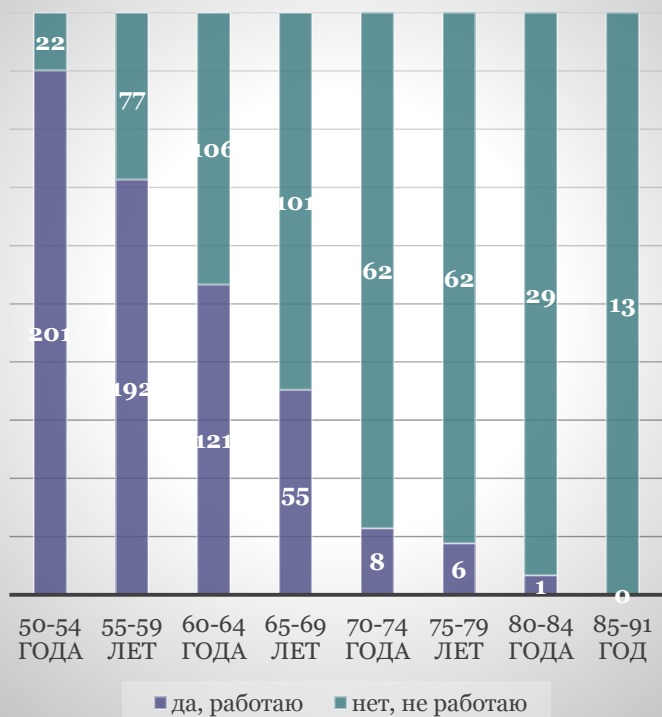
Оценка по 10-ти балльной шкале



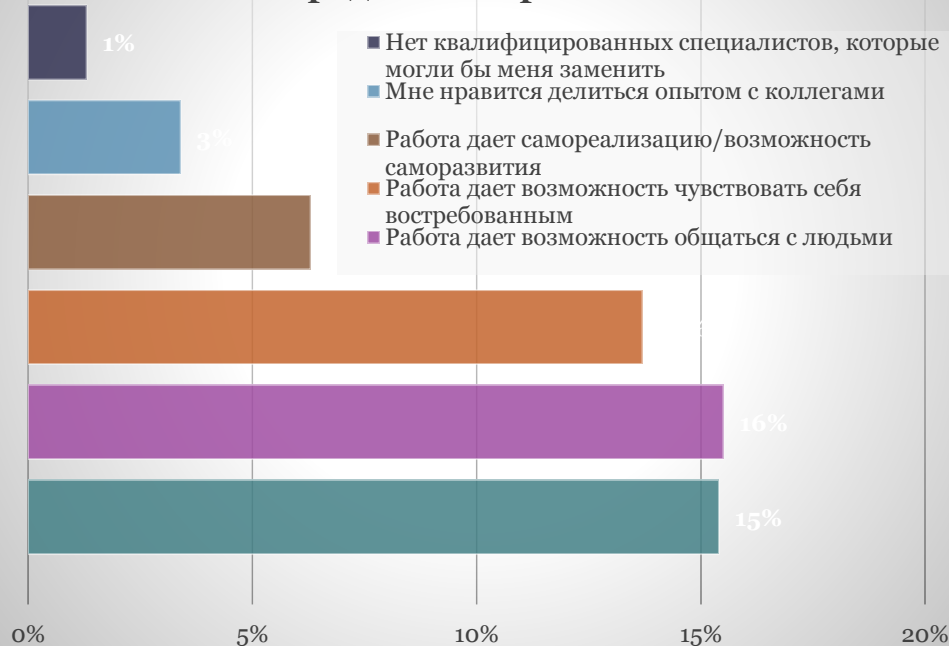
Работа

для **35%** это необходимый источник средств к существованию

Работаете ли Вы? (число респондентов в каждой группе)



Если Вы достигли пенсионного возраста, но продолжаете работать, укажите, пожалуйста, причины, по которым продолжаете работать



Увлечения

у **44%** респондентов
есть хобби или увлечения

48% интересны
походы в театр и кино

45% – посещение
выставок

47% – занятия
физкультурой и танцами

41% хотели бы посещать
выставки и ярмарки

40% – праздничные
мероприятия

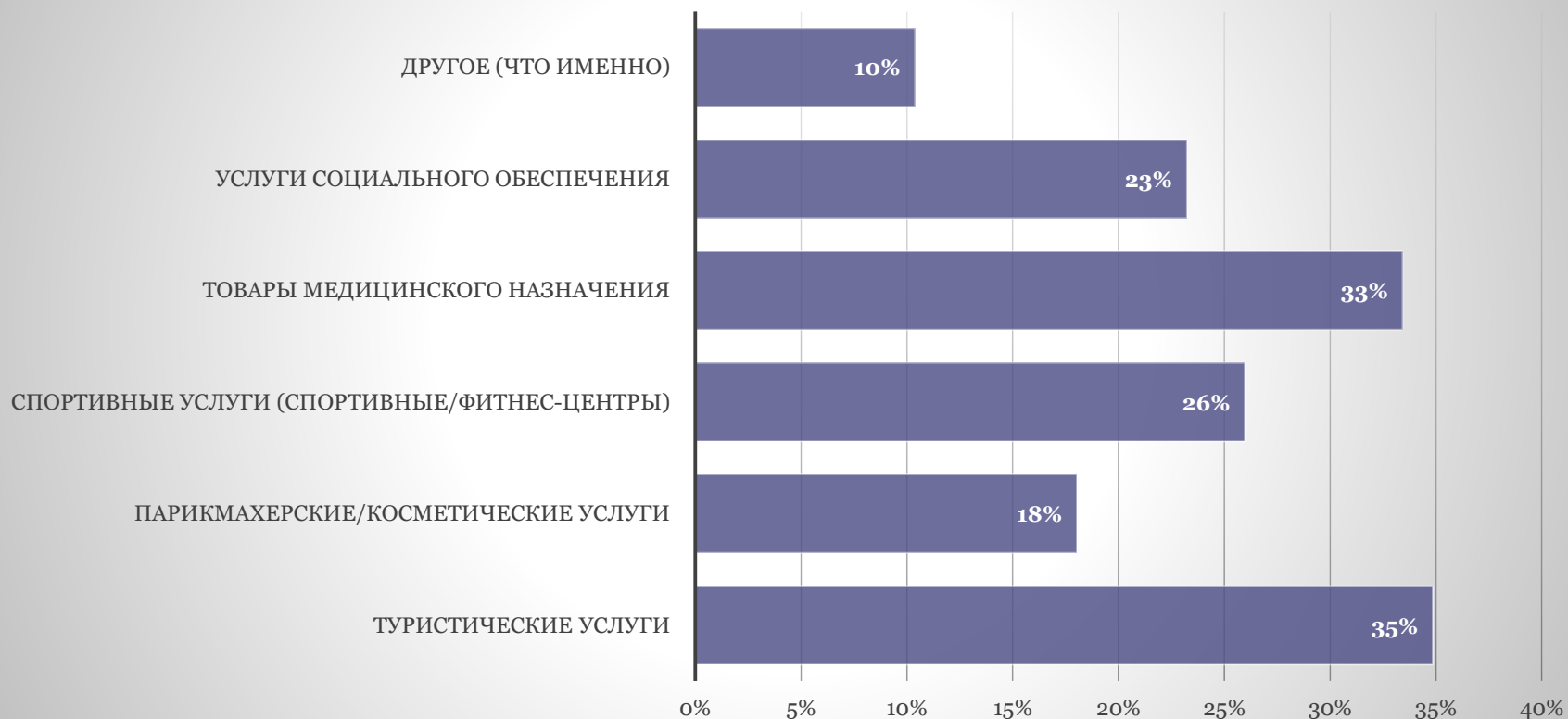
27% – фестивали и
мастер-классы

Потребительское поведение

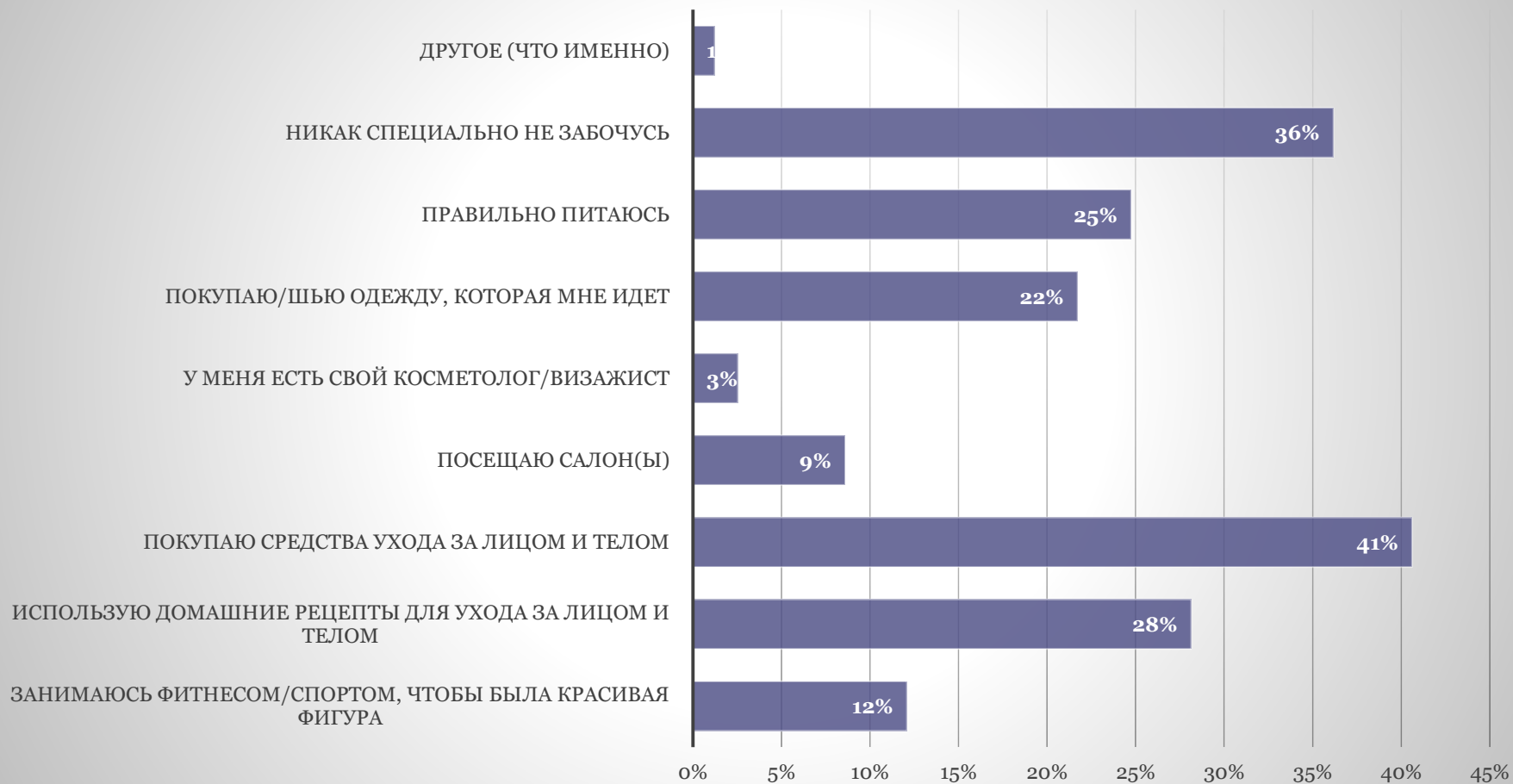
- Покупки совершает сам респондент
- За продуктами ходит несколько раз в неделю или чаще
- Покупает в супермаркете или небольшом магазине

Удовлетворенность ассортиментом

Считаете ли Вы, что не хватает товаров/услуг, ориентированных на людей старшего возраста?



Как Вы заботитесь о своем внешнем виде?



Распоряжение финансами

25%
пользуются
банковской
карточкой

92 %

сами
распоряжаются
своими
финансами

41% оплачивают ЖКУ
в отделении банка

28% – оплачивают
ЖКУ через банкомат
или он-лайн сервис
банка

63%
самостоятельно
посещают отделение
банка

11% пользуются
он-лайн сервисом

Мобильность и средства связи

только **20%**
не умеют
пользоваться
компьютером

60%
неплохо пользуются
мобильным телефоном

55% могут
поехать когда и куда
хотят

Люди возраста 50+

- стремятся активно участвовать в жизни общества
- не ощущают себя полностью интегрированными в жизнь российского общества
- зачастую находятся в стесненных материальных условиях

Выводы

- Запросы и возможности различны => необходимо сегментировать внутри возрастных категорий
- Ключевая проблема при выборе товаров и услуг - *соотношение цены и качества* => учитывать при планировании, производстве и сбыте товаров
- Главный критерий положительной оценки качества жизни - *уважительное отношение к возрасту 50+ «как к человеку, а не как к пенсионеру»* => этот критерий должен быть основным и при подготовке маркетинговых кампаний
- Высокий интерес к путешествиям как по России, так и за границу => возможности наращивания этого сегмента, в первую очередь во внутреннем туризме
- Включенность в коммуникации посредством Интернета и социальных сетей. Воспринимают их как средство, которое помогает
 - *в решении ряда жизненных задач*
 - *в налаживании коммуникации с молодым поколением*
- Особое внимание к созданию *условий для социальной интеграции* старшего поколения

Спасибо за внимание!

