

[Главная](#) > Швейцарцы планируют экономить, но не на Рождестве

Швейцарцы планируют экономить, но не на Рождестве|Les Suissent veulent économiser, mais pas sur les cadeaux de Noël

Автор: Ольга Юркина, Санкт-Галлен, 24. 11. 2010.



Рождественские рынки (на картинке - в Санкт-Галлене) - любимое место швейцарок для покупки подарков. Прагматики-мужчины предпочитают Интернет (© Switzerland Tourism/swiss-image.ch/Christof Sonderegger)

Привычки и намерения швейцарских покупателей, а также их любимые места для предрождественского шопинга и новогодние желания изучил профессор Санкт-Галленского университета, директор Центра исследований в сфере управления коммерческими

предприятиями (IRM-HSG) Томас Рудольф. |

Les habitudes et les comportements des consommateurs suisses, ainsi que leurs endroits préférés du shopping et leurs vœux de Noël ont été étudiés de près par le professeur Dr. Thomas Rudolph de l'Institute of Retail Management à l'Université de Saint-Gall.

Настроение швейцарских потребителей и их финансовые ожидания накануне Нового года находятся на подъеме. При этом, парадоксальным образом, каждая четвертая семья в будущем году намеревается снизить свои расходы: таковы результаты опроса, проведенного среди 2000 швейцарцев исследователями Санкт-Галленского университета под руководством доктора наук профессора Томаса Рудольфа, директора Центра исследований в сфере управления коммерческими предприятиями. Почему и на чем швейцарцы хотят экономить?

Все началось с намерения исследовать покупательную способность граждан накануне рождественских праздников, что дало повод попросить участников опроса, охватившего Базель, Берн, Бриг, Квар, Фрибург, Лозанну, Люцерн, Шаффхаузен, Санкт-Галлен и Цюрих, сделать экономические прогнозы на 2011 год. Более половины опрошенных швейцарцев уверены, что в ближайшие двенадцать месяцев экономике ничего не угрожает, и даже ожидают улучшения экономической ситуации в стране (50,5% опрошенных). Соответственно, 41% уверены, что и их финансовое положение станет стабильнее, а 43,9% спокойны, потому что оно не изменится. Всего 15,1% опасаются ухудшения финансового состояния и дыр в семейном бюджете.



Позитивно большинство оценивает и свои покупательские возможности в будущем году. В среднем, около 75% потребителей планируют тратить столько же на одежду, продукты питания, спортивные товары, предметы мебели и интерьера и электротехнику, как и в прошлом году, а то и больше. Однако швейцарские магазины рано потирают руки, предвкушая повышение покупательной способности населения: в 2011 году почти 25% планируют экономить в пяти областях, оказавшихся под лупой исследователей. Правда, пока бережливые тенденции – в меньшинстве, и компенсируются намерениями повысить свои затраты со стороны тех потребителей, чей доход будет расти.

Как выяснили ученые, экономить швейцарцам помогают распродажи и сниженные цены на продукты питания в супермаркетах. Исследователи считают, что к скидкам магазины подталкивает конкуренция с дискаунтерами: она же определяет тенденции на будущий год. 23% населения намерены и далее экономить на продуктах питания, в то время как только 12% собираются увеличить затраты на еду. Причины, по которым швейцарцы экономят – прежде

всего, возрастающие расходы на медицинскую страховку и квартплату, бензин и электричество, затрагивающие, прежде всего, людей с невысоким и средним достатком. Пропась между состоятельными и неимущими слоями населения становится все более ярко выраженной, замечают санкт-галленские исследователи, что заставляет коммерческие предприятия направленно работать на «целевые» группы покупателей. Ко всему прочему, швейцарские потребители пока еще не чувствуют себя в полной финансовой безопасности от последствий кризиса и остаются осторожными в тратах.

Вот уж на чем швейцарцы совершенно не собираются экономить, так это на рождественских подарках. Более 95% опрошенных уже в ноябре имели четкое представление о подарке, который хотят получить, что облегчило задачу исследователей и позволило определить общие тенденции. Интересно, что в пожеланиях новогодних сюрпризов оптимисты и пессимисты единодушны: желаемый список подарков выглядит одинаково, не зависимо от состояния семейного бюджета и экономических прогнозов на будущий год.



Итак, какие же подарки стали самыми желаемыми в канун новогодних праздников среди швейцарцев? На первом месте, согласно опросу HSG, - одежда и обувь (25,7%), за ними следуют книги (23,7%), путешествия (23,2%), билеты на театральные представления и концерты (22,7%), в то время как электронные приборы, украшения, спортивные принадлежности, парфюмерию и косметику под елкой ожидают около 14,7% населения. DVD и предметы интерьера находятся на последних местах (около 8%), 4,2% швейцарцев мечтают получить съедобный подарок, а 2,1% - презент для домашнего животного.

Интересные различия проявляются в новогодних желаниях женщин и мужчин. Швейцарки отдают предпочтение украшениям (23,7%), парфюмерии и косметическим средствам (21%), в то время как сильный пол особенно радуется возможности пополнить коллекцию технических устройств (22,4 %) и спортивных принадлежностей (20,7%).

Компьютерные игры и электронные приборы, также как DVD, остаются желаниями молодого поколения, а вот из писем Деду Морозу взрослых MP3-плееры постепенно исчезают. Пожилые люди предпочитают хорошие книги, входные билеты на концерты или спектакли и путешествия. 29,2% пенсионеров мечтают о ваучере в отель, билетах на самолет или поезд.



Тремя излюбленными подарками швейцарок уже два года подряд остаются одежда и обувь, книги и билеты на культурные мероприятия. Правда за год билеты отошли на задний план, уступив место нарядам. Небольшая перестановка произошла и в желаниях мужской части населения, хотя три любимых подарка остались теми же: одежда и обувь, как и у женщин, вышли на первое место, сместив путешествия на второе, а технику и электронику – на третье.

67,9% швейцарцев предпочитают делать предрождественские покупки в центре города, к чему располагает, прежде всего, праздничная атмосфера и рождественские рынки. Ведь, согласно опросу, каждый пятый швейцарец (19,5%) предпочитает искать подарки для близких именно на рождественских рынках. По Интернету их заказывает 16,6%, а коммерческие центры пользуются доверием 57,5% населения.

Различия в покупательском поведении женщин и мужчин и здесь показательно: в то время как прекрасный пол с удовольствием отправляется на рождественские рынки (23,9%), прагматичные мужчины используют для выбора подарка Интернет (21,1%).

Женщины к Новому году предпочитают приодеться... (fashionfame.com)

...но от съестного подарка тоже не отказываются

Швейцарские мужчины остаются верными электронике (geschenke-total.de)

[Institute of Retail Management, Университет Санкт-Галлена](#)



Добавить комментарий

Пожалуйста, [войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) , чтобы отправить комментарий
