

Для немедленного распространения
12 февраля 2009

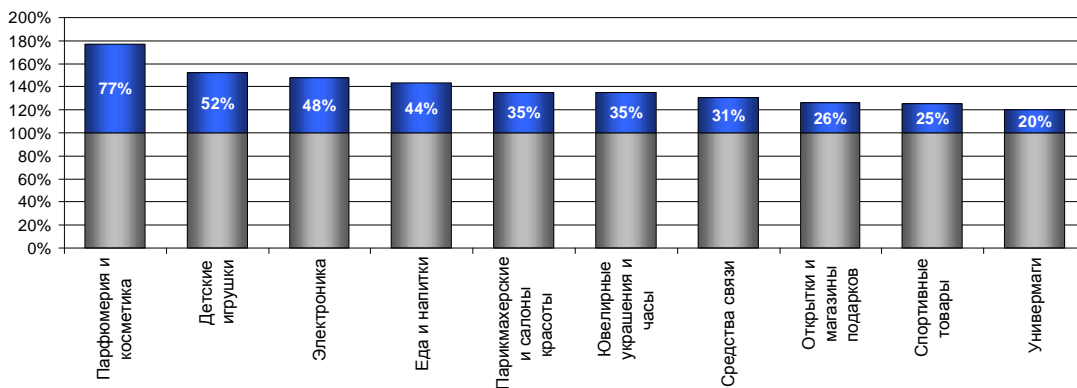
Новогодние траты Россиян превысили ожидания
Согласно исследованию Ситибанка, российские потребители сохраняют оптимизм, хотя и предпочитают менее дорогие подарки товарам длительного пользования

В январе 2009 года ЗАО КБ «Ситибанк» провел дополнительное исследование¹ фактических трат российских потребителей в новогодние праздники с целью их сопоставления с прогнозом, опубликованным в декабре 2008 года. Несмотря на достаточно скептические прогнозы большинства исследователей, в том числе и Ситибанка, рост потребительских расходов в декабре-январе существенно превысил ожидания. Этот результат в основном обеспечил рост в таких категориях расходов как продукты питания и напитки, парфюмерия и косметика. При этом снижение было отмечено в покупках компьютерного оборудования и обеспечения, средств связи, товаров доля дома и бытовой электронной технике.

Комментируя результаты исследования, Михаил Бернер, Руководитель Управления кредитных карт Ситибанка, сказал: «Эти данные стали для нас в определенной степени неожиданными - неожиданно приятными - несмотря на сложные экономические условия, высокие показатели роста в розничных продажах сохранились. Изменения, которые мы наблюдаем, коснулись, прежде всего, структуры трат россиян, но не объемов. Потребители в России оказались, куда большими оптимистами, чем многие из нас думали раньше, и это, несомненно, очень хороший знак для рынка в целом».

В декабре 2008 года рост расходов россиян составил 16% по сравнению со среднемесячным значением. Если сравнивать с декабрем прошлого года, то рост достиг 7%, что превосходит ожидания (3%²).

Увеличение расходов в декабре'08 к среднемесячному значению за год



Источник: данные ЗАО КБ «Ситибанк»

Основные категории расходов в период новогодних праздников остались почти неизменными, за исключением компьютерного оборудования, которое вышло из списка «популярных» подарков. По сравнению со среднемесячным значением, расходы на данную категорию снизились на 7% в декабре и на 43% в январе; падение по сравнению с соответствующими периодами прошлого года было еще более существенным – 67% и 73% в декабре и январе соответственно.

¹Выборка включала мужчин и женщин в возрасте от 22 до 55 лет с ежемесячным доходом не менее 9 000 рублей. При этом выборка была случайной и проводилась на помесечной основе с тем условием, что человек активно пользовался картой весь месяц. Для максимально точного учета изменения потребительской активности в тех или иных категориях товаров и услуг по сравнению со среднемесячным значением соответствующего года, в качестве года условно использовался период в 12 месяцев с февраля по февраль.

² См. исследование Ситибанка: «Новогодние покупки россиян по кредитным картам 2008»: <http://www.citibank.ru/russia/news/rus/178.htm>

Самым популярным подарком в этом году, как обычно, стала парфюмерная продукция и косметика, расходы на которую в декабре выросли на 77% по сравнению со среднемесячным значением и на 3% по сравнению с декабрем 2007 года.

Несмотря на рост на 52% к среднемесячному значению, расходы на игрушки и товары для детей в декабре 2008 года сократились на 14% по сравнению с соответствующим периодом прошлого года. При этом средняя сумма одной покупки осталась неизменной, а сокращение произошло за счет снижения количества операций на 19%. Тем не менее, игрушки для детей остаются одной из самых популярных категорий расходов в предновогодние дни.

Покупки ювелирных изделий, показавшие неожиданный рост на 70% в августе-сентябре по сравнению с прошлым годом, в декабре выросли лишь на 35% к среднемесячному значению, что гораздо меньше, чем за все время наблюдений. Тем не менее, по сравнению с декабрем 2007 года все-таки наблюдался рост на 7%.

Электроника заняла третье место в списке наиболее популярных подарков на Новый год, показав рост на 48% в декабре по сравнению со среднемесячным значением за год. Однако, как и прогнозировалось, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года наблюдалось снижение трат в данной категории на 12%, что связано с 11% снижением суммы одной покупки.

Декабрьские продажи средств связи оказались лучше, чем ожидалось, показав рост на 31% по сравнению со среднемесячным значением и падение на 14% по сравнению с декабрем 2007 года. В целом, понижательная тенденция в расходах на данную категорию товаров продолжает сохраняться.

Несмотря на прогноз, что затраты на покупки в универмагах сократятся в этом сезоне, этого не произошло и, как обычно, наблюдался 20%-ый рост в декабре по сравнению со среднемесячным значением, в основном за счет трат женской половины населения. Несмотря на это, по сравнению с прошлым годом расходы в универмагах сократились на 4%.

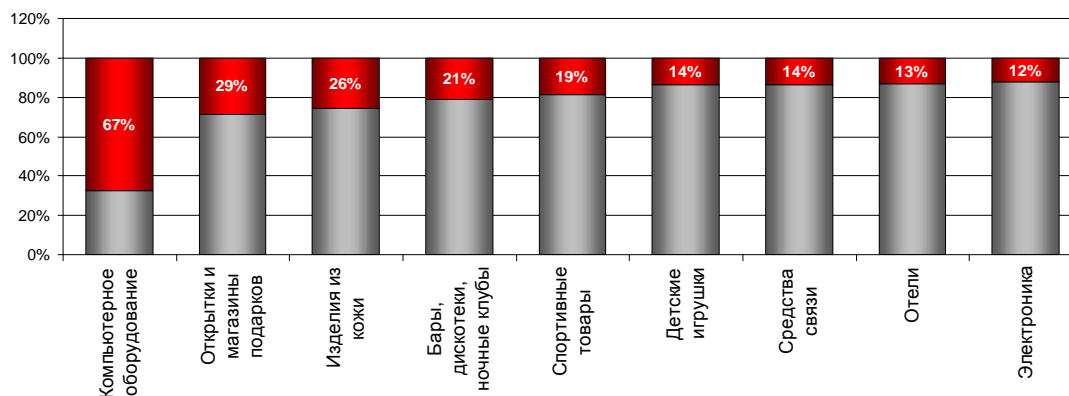
Интересно, что в этом году расходы на одежду были выше в декабре, чем в январе, хотя именно в январе наступает сезон распродаж. Более того, затраты на покупку одежды в январе снизились на 15% по сравнению с прошлым годом.

Неожиданностью явилось то, что женщины перед Новым годом потратили больше на товары для дома (рост составил 65% по сравнению со среднемесячным значением и 120% по сравнению с декабрем 2007 года), чем мужчины, которые сократили свои расходы в данной категории.

Прогноз относительно спортивных товаров оправдался – расходы на данную категорию выросли на 25% в декабре и на 85% в январе по сравнению со среднемесячным значением. По сравнению с декабрем 2007 наблюдалось снижение трат на 19%.

На протяжении трех лет пик продаж туристических путевок приходился на ноябрь, так как потребители стремились заранее организовать свой новогодний отдых. Однако в этом году увеличения в ноябре не было - расходы на услуги турагентств упали на 34% по сравнению с прошлым годом. Это также подтверждается снижением затрат на отели на 22% в январе.

Категории покупок с отрицательным ростом,
% к декабрю 2007



Источник: данные ЗАО КБ «Ситибанк»

Важно отметить, что снижения расходов на еду и напитки к праздничному столу не наблюдалось. В декабре данная категория затрат выросла на 44% по сравнению со среднемесячным значением и на 32% по сравнению с прошлым годом. Выросли также расходы на парикмахерские, SPA салоны и салоны красоты – на 26% к прошлому году и на 35% к среднемесячному значению.

За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь:

Денис Денисов
Руководитель пресс-службы
ЗАО КБ "Ситибанк"
+ 7 495 642-76-83 (офис)
+ 7 985 410 35 44 (моб);
Email: denis.denisov@citi.com

ЗАО КБ «Ситибанк» был одним из первых банков с иностранным капиталом, который вышел на российский рынок в 1993 году. Сегодня Ситибанк - один из крупнейших банков в стране, который предлагает своим корпоративным и частным клиентам полный спектр продуктов и услуг. На сегодняшний день в банке работает более 3 000 сотрудников, а его сеть включает порядка 55 офисов и представительств, 350 банкоматов в 12 городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Самаре, Тольятти, Ростове-на-Дону, Волгограде, Нижнем Новгороде, Казани, Новосибирске, Уфе, а также операционный центр в Рязани. Сейчас Ситибанк обслуживает более 800 000 розничных клиентов и держателей кредитных карт по всей России. Более подробная информация о Ситибанке в России представлена на сайте www.citibank.ru

Citi - ведущая всемирная финансовая компания, обслуживающая около 200 млн. клиентских счетов в более чем 100 странах мира, предоставляет своим частным клиентам, корпорациям, государственным организациям и учреждениям широкий спектр финансовых продуктов и услуг, в том числе обслуживание физических лиц и кредитование, корпоративные и инвестиционные продукты, брокерские услуги на рынке ценных бумаг и услуги по управлению капиталом. Среди основных торговых марок и сервисных знаков, объединенных под торговой маркой Citi с красной дугой, - Citibank, CitiFinancial, Primerica, Smith Barney, Vanamex и Nikko. Более подробная информация представлена в Интернете на сайте www.citigroup.com или www.citi.com.