[](https://www.google.ru/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwipz-XfubTRAhWLWSwKHWxwBTAQjRwIBw&url=http://www.ckrs.ru/raspisanie_bulgakova_prodazi_v_roznitse_premium.php&bvm=bv.142059868,d.bGg&psig=AFQjCNFB_ysXEiQdp-xri83p4HLB2SqrVA&ust=1484030028652666)**ПРЕМИУМ СТОКИ - РЯДЪК ГОСТ В КОШНИЦАТА НА РУСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ**

Според новото глобално проучване на Аналитическата компания Nielsen, относно отношението на потребителите към стоки от премиум сегмента, следва: в Русия - 68% от потребителите твърдят, че купуват стоки от премиум сегмента, а в света - 85% от анкетираните.

В същото време, 60% от руските потребители твърдят, че парите им стигат само за покриване на комуналните услуги, храна и стоки от първа необходимост; 38% заявяват, че не изпитват финансови затруднения и могат да си позволят да си купят някои стоки, просто защото така искат и само 3% са в състояние свободно да харчат пари.

Според световната статистика 52% от анкетираните могат да си позволят да си купят импулсно някои стоки, 35% разполагат със средства само за основни разходи, а 14% заявяват, че могат да харчат пари без да се замислят.

В Русия, основният критерий по който определят, дали продуктът принадлежи към премиум сегмента е високата цена (63%). 57% смятат за премиум стоки са тези, които са изработени от висококачествени материали и компоненти, 55% - стоки, които са надеждни при употреба и с високо качество, 49% - стоки, които се произведени под позната марка и се ползват с доверие.

В света, основният критерии за премиум сегмента са стоки, произведени от висококачествени материали или съставки, на второ място - оборудвани с най-съвременни функции. Сред световните потребители 31% считат, че високата цена е основен критерии.

*Разпределение на отговорите на въпроса – „По какви критерий определяте, дали даден продукт принадлежи към премиум сегмента?“*

**Премиум сегмент.**

Руските потребители отбелязват, че в сравнение с времето преди пет години, са започнали да отделят повече средства за храна (70%) и стоки за домакинството (50%), здравеопазването (36%), облекло (37%), декор за дома (27%).

Премиум сегмента е най-интересен за руснаците в следните категории: облекло и обувки (38%), месо и морски дарове (37%), кафе и чай (33%), лична електроника (30%). 28% са склонни да купуват премиум продукти в категорията на млечни продукти, 27% - в категорията на шампоани и балсами за коса, 26% - премиум козметика.

46% от руснаците предпочитат да купуват продукти от премиум сегмента в офлайн магазините в страната, 23% от тях купуват онлайн от руските търговци на дребно.

Желание да направят премиум покупки, при 60% от руските потребители възниква, след като направят независим мониторинг на представеният асортимент, 42% разчитат на препоръките и положителните отзиви от членове на семейството или приятели, 38% решават да купуват стоки от премиум сегмента импулсивно. Тези продукти дават чувство на увереност при 43% от руснаците; 37% заявяват, че като купуват премиум стоки се чувстват успешни. 44% смятат, че премиум стоките си струват парите. Въпреки това, 50% смятат, че премиум стоките са предназначени само за богати хора.

<http://www.nielsen.com/>