**ОСНОВНИ ТЕНДЕНЦИИ НА ПОТРЕБИТЕЛСКИЯ ПАЗАР В РУСИЯ ПРЕЗ 2016 Г.**

Анализаторската компания Euromonitor International проведе годишното си проучване на потребителските настроения и определи ключовите потребителски тенденции през 2016 г.

**Основната потребителска тенденция** през 2016 г., според експертите на Euromonitor International, е разпространението на скептицизъм сред купувачите. Достъпът до интернет прави купувачите все по-информирани и това им дава възможност да подбират стоките независимо от марката, а след задълбочен анализ на наличната информация.

**Втора тенденция** - желание да опростят живота си, да спестят време и енергия: хората все повече са склонни да пазаруват в интернет магазините, както и в магазини за хранителни стоки "В непосредствена близост". Тази тенденция се отразява и на разпределението на различни опростяващи живота решения, като например роботизирани прахосмукачки. Според изследователите, през 2016 г. броят на интернет потребителите е надхвърлил 3 милиарда, затова **третата тенденция** е – заинтересованост на хората от най-новите технологии и най-различни приспособления, които дават възможност да се свързват с мрежата.

**Четвърта тенденция** - повишена обща параноя - терористичните заплахи са увеличили търсенето на различни системи и устройства за безопасност, повишаващи чувството за сигурност.

**Петата тенденция** се основава на необходимостта на хората да променят към по-добро света около себе си. Основно се акцентира върху екологията и органичното: расте популярността на органичната козметика, вегетарианските продукти, изкуствените кожи. Освен това, хората се опитват да помагат на природата, което увеличава популярността на проекти, насочени към опазване на околната среда. Косвено, това води до общ спад на желанията за покупки и все повече се разпространява идеята за съвместно ползване.

**Шеста тенденция** - потребителите обръщат повече внимание на здравето и храните. Налице е нарастваща популярност на местните зеленчуци, плодове и месо. В Русия тази тенденция допълнително се подсилва от санкциите и процесите по заместване на вноса. Увеличава се и желанието на хората да живеят по-здравословен начин на живот, да се занимават със спорт и активен отдих - колоездене, туризъм, пързаляне с кънки, посещение на басейн, конни надбягвания и др.

През 2016 г. броят на хората на възраст над 65 години е достигнал 626 милиона души. Населението застарява и това се отразява на потребителския пазар. Много производители на облекло и обувки за млади хора са преминали чрез разработване на подходящи модели към предложения за по-възрастни хора, като на кориците на каталозите са жени и мъже на средна възраст.

И накрая, последната важна тенденция – размиване на джендър ролите и стереотипите. Явно това проличава при избора на играчки и детски дрехи: хората все по-често предпочитат да купуват за своите деца джендърно неутрални неща.

<https://rus-media.pro/>