



**Исследование кризисного потребительского поведения,
итоги Омнибуса - Казахстан, страны Восточной Европы**

Татьяна Рыжова, GfK Kazakhstan

GfK

GfK Kazakhstan Омнибус 2009

2

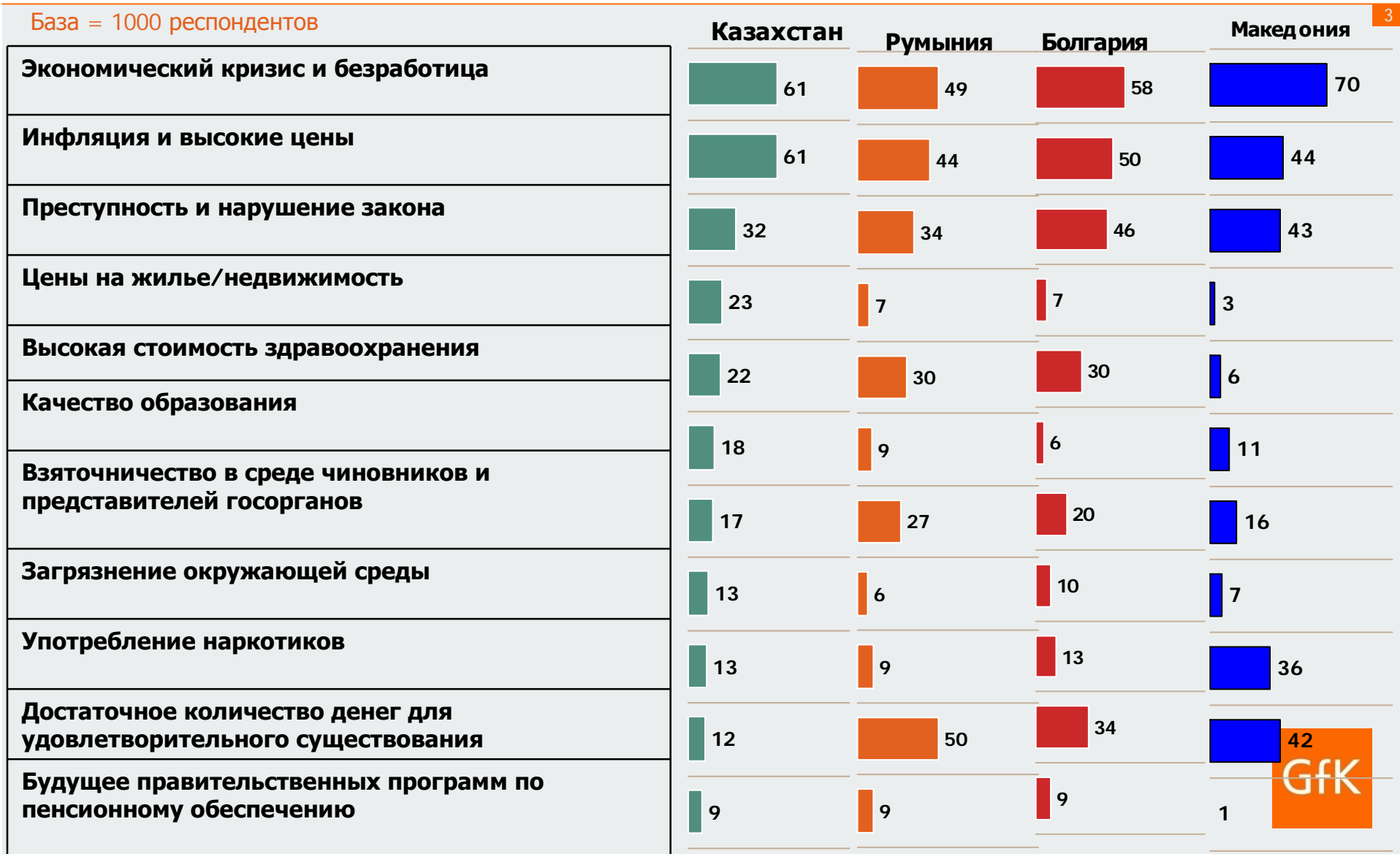
- ✓ **Размер выборки: 1000**
- ✓ **Личные интервью, 16+**
- ✓ **16 городов**
- ✓ **4 волны в год**
- ✓ **Репрезентативность по полу, возрасту, месту жительства, размеру и типу населенного пункта**
- ✓ **Кросс-табуляция по полу, возрасту, социальному положению, доходу и т.д.**
- ✓ **Многоступенчатая стратифицированная кластерная случайная маршрутная выборка**
- ✓ **Полевые работы 2 волны – март 2009**

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within an orange square.

Наиболее важные проблемы

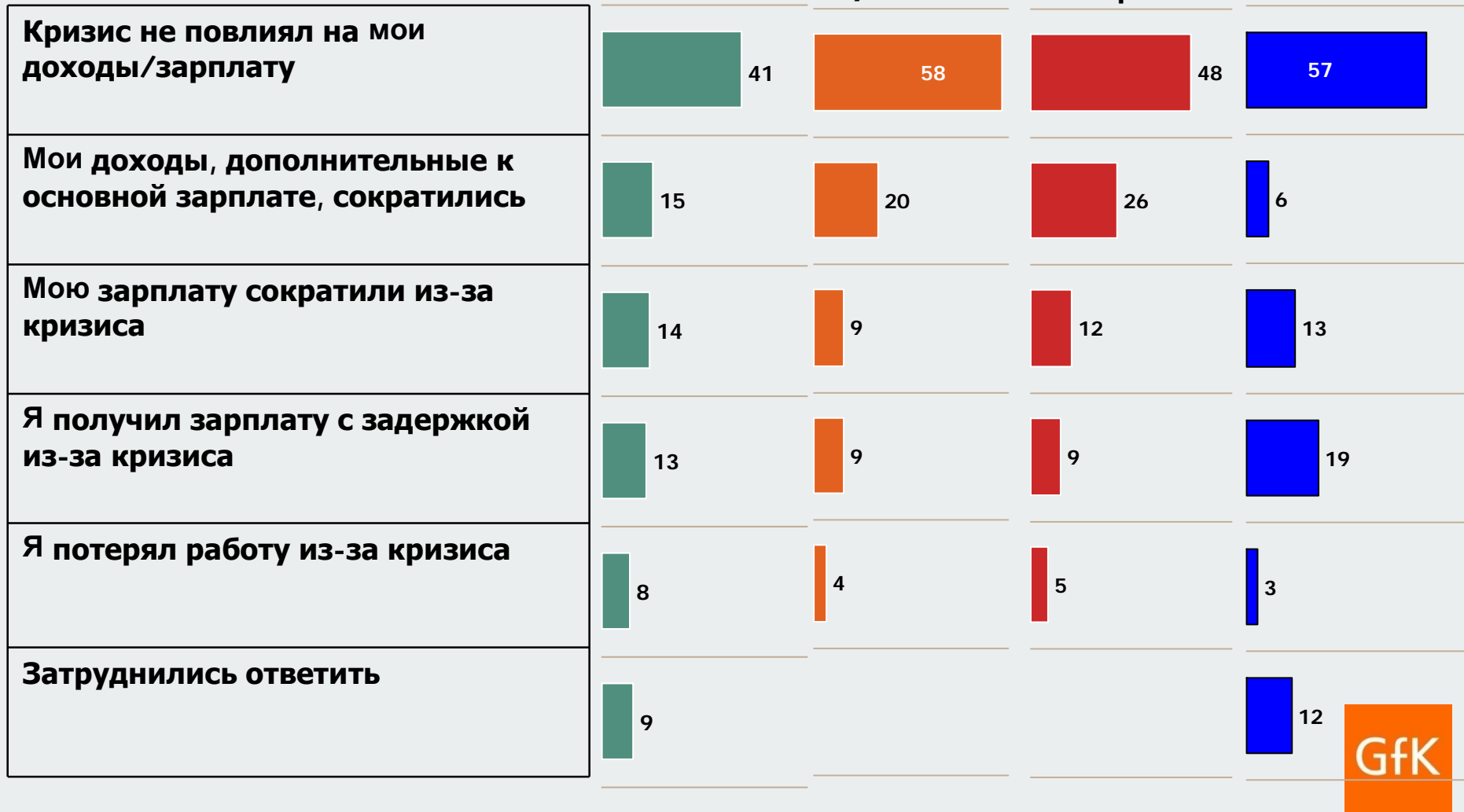
База = 1000 респондентов

3



Влияние кризиса на личный доход

База = 1000 респондентов



Изменение расходов вследствие кризиса - Казахстан

5

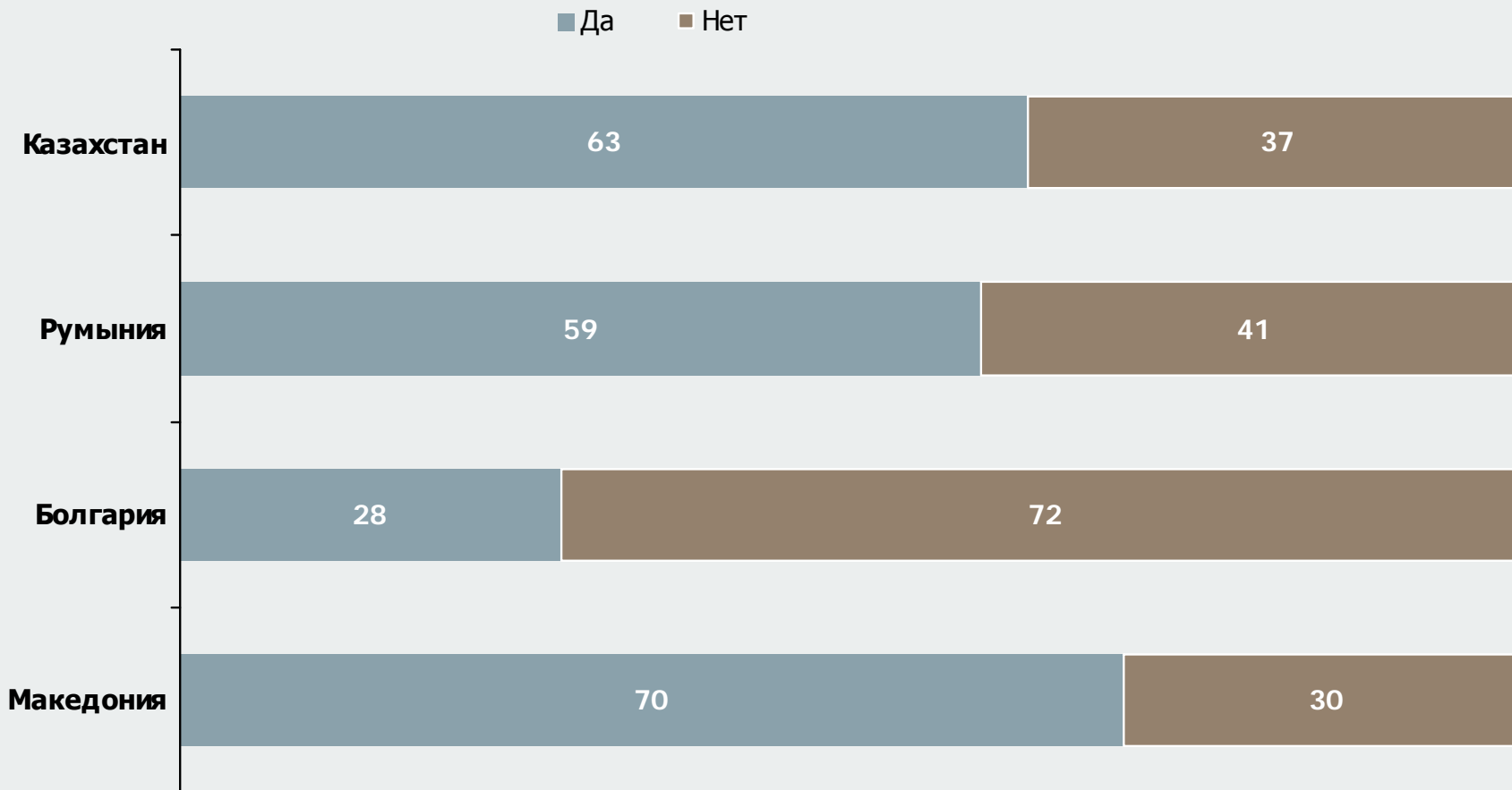


База = 1000 респондентов

GfK

Покупки продуктов на длительный период

6



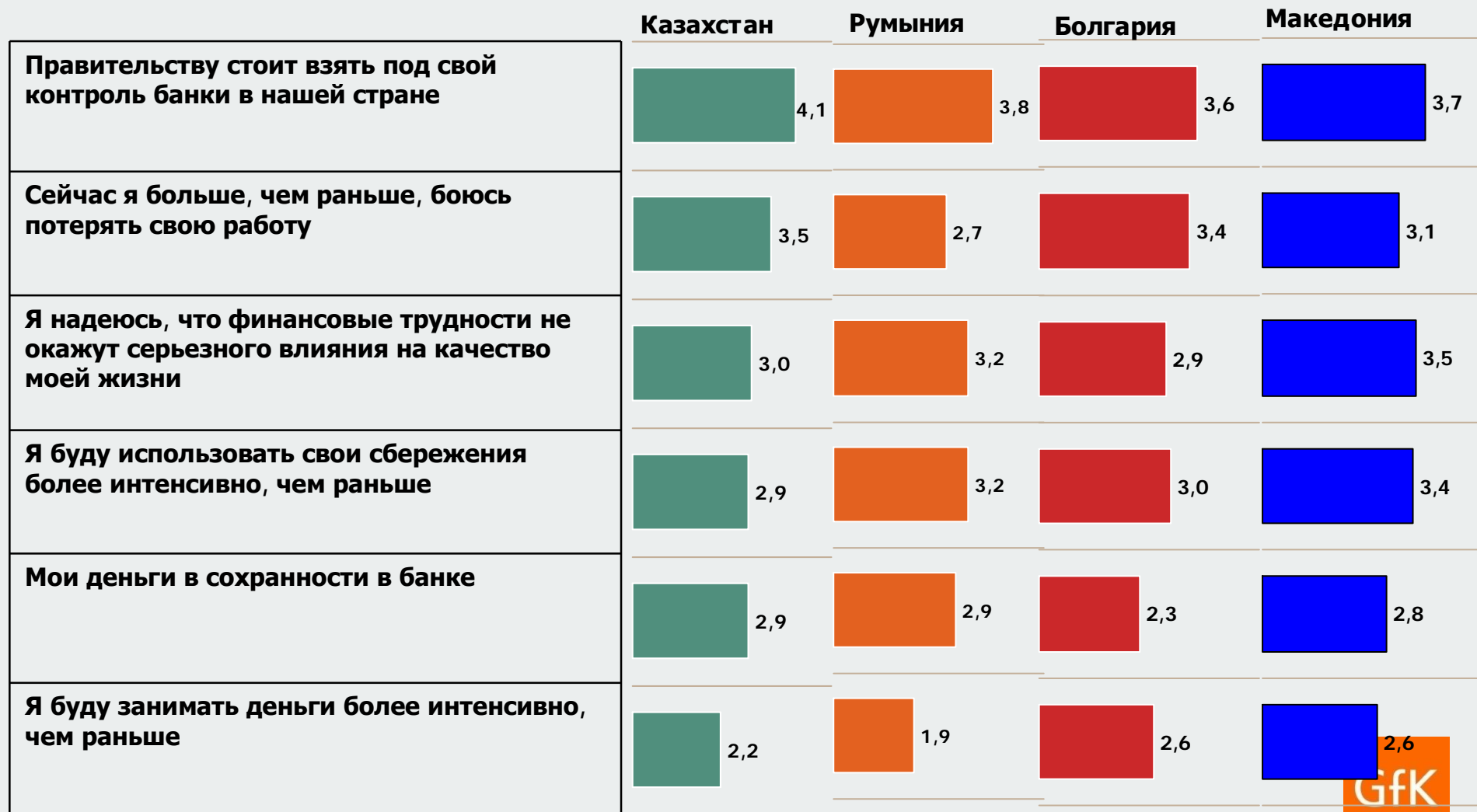
База = 1000 респондентов



Экономические настроения

База = 1000 респондентов

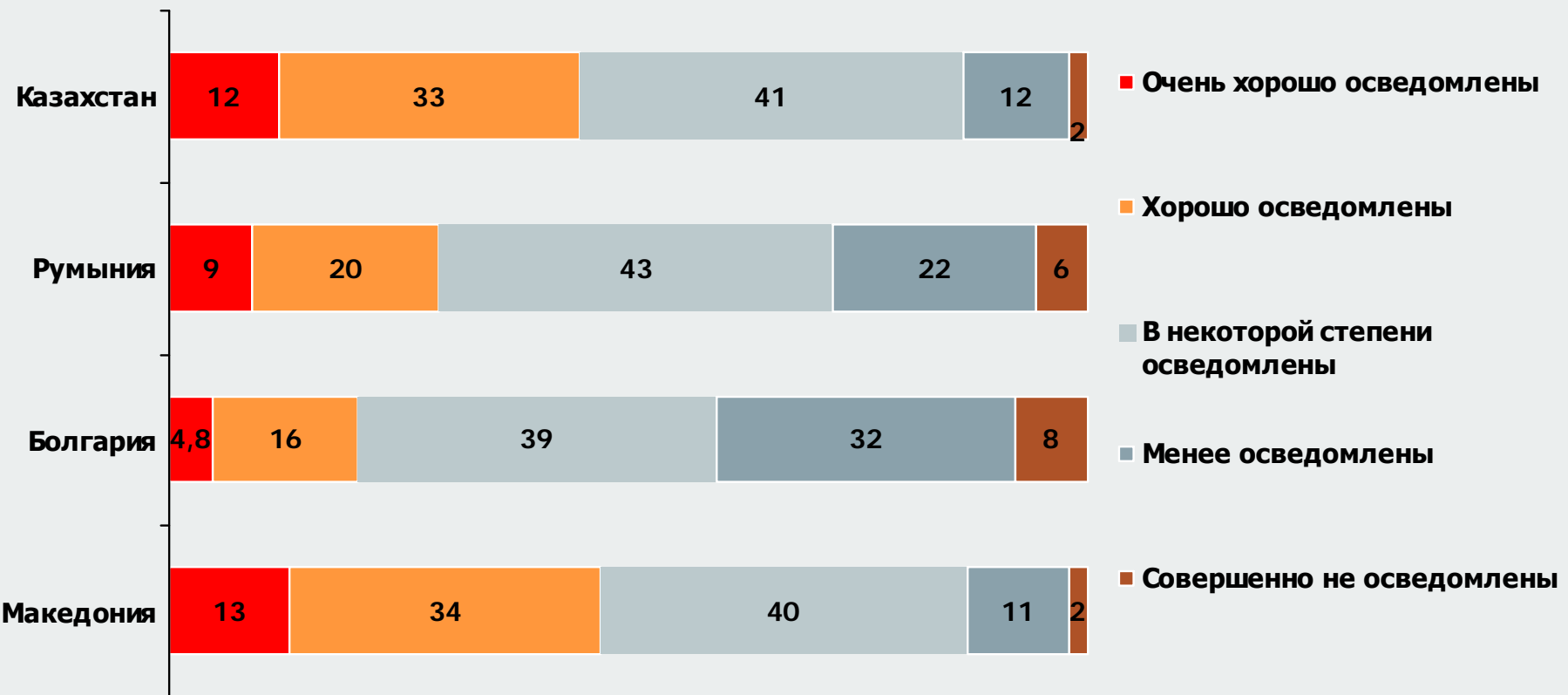
7



«5» - полностью согласен..... «1» - совершенно не согласен

Осведомленность о новостях по поводу финансового кризиса

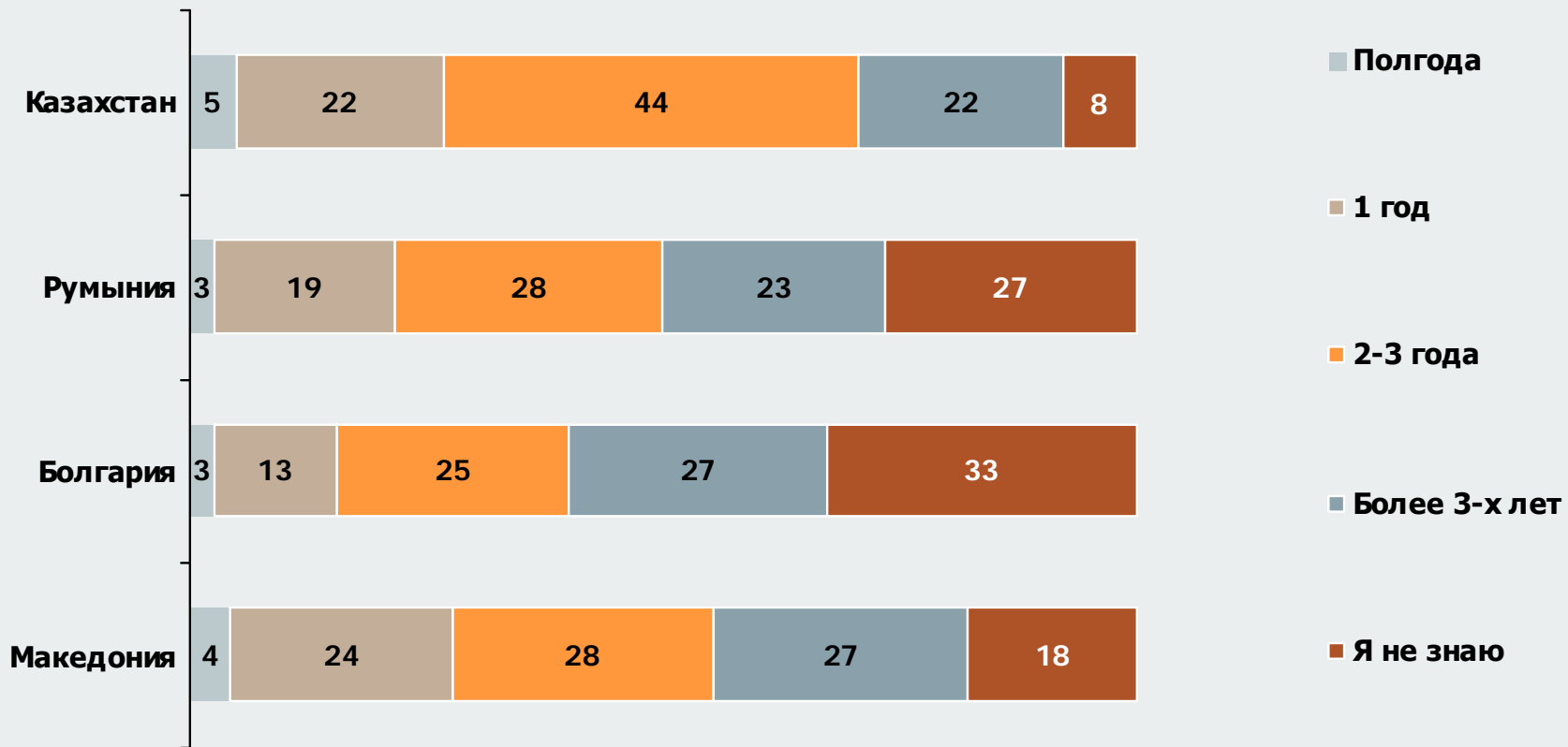
8



База = 1000 респондентов



Прогнозы о продолжительности кризиса



База = 1000 респондентов



Меры, которые предпримут производители товаров повседневного спроса, чтобы защитить себя от кризиса

База = 1000 респондентов



Краткие итоги

11

Общие впечатления казахстанских потребителей об экономическом кризисе более пессимистичны по сравнению с другими странами:

- **Большая часть населения считают экономический кризис одной из самых важных для себя проблем**
- **Кроме того, одной из самых важных проблем казахстанцы считают инфляцию и высокие цены**
- **Меньшее количество потребителей по сравнению с другими странами считают, что кризис не повлиял на их личные доходы**
- **Большее количество потребителей потеряли работу в результате кризиса**
- **Большее количество населения боится потерять работу**

Однако казахстанские потребители – оптимисты несмотря ни на что:

- **Они считают, что они хорошо осведомлены о ходе кризиса**
- **Прогнозируют меньшие сроки завершения кризиса**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ