

# SHARING- ЭКОНОМИКА

ИССЛЕДОВАНИЕ  
В СИНДИКАТИВНОМ  
СООБЩЕСТВЕ  
IPSOS В РОССИИ

ОКТАБРЬ, 2019

GAME CHANGERS





# КАКУЮ РОЛЬ В ЖИЗНИ ИГРАЕТ СОВМЕСТНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ?

Желание оптимизировать свои расходы и существенно повысить качество жизни лежит в основе принципов совместного потребления. Больше нет необходимости приобретать товар для получения к нему доступа. Товары и услуги стали более доступными и в отношении стоимости, и в отношении скорости их предоставления. Мы решили узнать, как российские потребители относятся к таким возможностям.



- 1** Насколько актуальна тема совместного потребления? Готовы ли потребители к новым возможностям?
- 2** Какие модели совместного потребления существуют, и как к ним относятся?
- 3** Как потребители оценивают свой личный опыт использования сервисов для совместного потребления?



**В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ВЫ УЗНАЕТЕ: ГОТОВЫ ЛИ ПОТРЕБИТЕЛИ К НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ И КАК ОЦЕНИВАЮТ РАЗЛИЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ**



## **1** КАК ПОТРЕБИТЕЛИ ОТНОСЯТСЯ К ЭСП?

- Какие отмечаются преимущества и недостатки совместного потребления, а также возможности, которое оно открывает?
- Какие есть барьеры к совместному потреблению?



## **2** ЧТО ПРЕДЛАГАЕТ РЫНОК И КАКОВО ЭТО НА ВКУС?

- Как воспринимаются отрасли экономики совместного потребления?
- Какие есть ожидания от платформ для совместного потребления?



**ОТВЕТЫ НА ЭТИ И МНОГИЕ ДРУГИЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ВОПРОСЫ, ВЫ ПОЛУЧИТЕ В ПОЛНОМ ОТЧЕТЕ**



## КАК ПОТРЕБИТЕЛИ ОТНОСЯТСЯ К ЭСП?



*«Вот кто бы мне за копейки дал возможность прокатиться на Мерсе? Сейчас у меня есть каршеринг. Я почти любую марку авто могу арендовать»*



*«Это круто! Есть возможность пообщаться с другими людьми, поделиться своим опытом, сэкономить деньги на покупке или поездке»*

- ▶ Сделки и услуги максимально понятны и прозрачны
- ▶ Предполагается эффективное использование ресурсов
- ▶ Сокращаются объемы отходов
- ▶ Происходит экономия времени и средств
- ▶ Есть возможности для получения дополнительного дохода
- ▶ Появляется шанс получить товары и услуги, которые ранее были недоступны
- ▶ Речь идет о построении и укреплении горизонтальных связей (совместное потребление вместе с родственниками, друзьями)
- ▶ Есть возможность получить уникальное предложение, в том числе по уникальной цене

## ОТВЕРГАЮТ, ЕСЛИ...

- ▶ Недостаточно осведомлены или не понимают суть тех или иных сервисов
- ▶ Услуга не создает чувства приватности, ощущения владения
- ▶ Есть частая необходимость доступа к товару / услуге «здесь и сейчас»
- ▶ Сильны опасение повредить чужую собственность и быть ответственным за возмещение ущерба
- ▶ Есть потенциальные риски для здоровья и жизни, связанные с взаимодействием с незнакомыми людьми
- ▶ Дорожат своим имуществом
- ▶ Важен полный контроль над ситуацией



*«Я с недоверием отношусь к BlaBlaCar. Ты едешь в одной машине с совершенно незнакомыми людьми, и неизвестно, чем такая поездка может кончиться»*



*«Я, честно говоря, не очень понимаю, как можно сдать свою любимую квартиру незнакомым тебе людям. Это сакральное пространство»*



**ГОТОВЫ ЛИ ПОТРЕБИТЕЛИ ПОЛНОСТЬЮ ОТКАЗАТЬСЯ ОТ ПРИВЫЧНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ И ПЕРЕЙТИ НА НОВУЮ?**  
ВЕРНЫЙ ОТВЕТ И ПОДРОБНОЕ ОБЪЯСНЕНИЕ – В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА





## ЧТО ПРЕДЛАГАЕТ РЫНОК И КАКОВО ЭТО НА ВКУС?

### КАКИЕ МОДЕЛИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ НАИБОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫ?



#### #ДЕЛИМСЯ?

Платформы для сдачи недвижимости востребованы и высоко ценятся потребителями. А какие есть барьеры к таким сервисам?

#### ВОЗМОЖНО #ДЕЛИМ?

Посещение специально организованных офисных пространств становится новым трендом. Коворкинг или готовые офисы – чего хочет потребитель?

#### МОЖЕТ #ОТДАЕМ?

Потребители стали бережнее относиться к окружающей среде, поэтому сейчас они стремятся отдавать и дарить свои вещи, а не выкидывать их. А как еще они поступают?

#### ИЛИ #СКИДЫВАЕМСЯ?

Междугородние поездки – основное направление для развития карпулинга, а насколько перспективны для бизнеса поездки по городу?



*«Я собралась в поход и у меня нет спальника - а тут сразу на сайте предложение в аренду. И это очень круто, я сэкономила много денег. Потом еще камеру брала в аренду. В общем я в диком восторге от таких возможностей»*



*«Ездила с попутчиками в Испанию. Вы знаете, нужно быть очень флегматичным человеком, чтобы совершенно посторонний человек тебя не раздражал. Наверное, это мой единственный опыт таких поездок, потому что я старею и характер мой только хуже становится. Мне трудно поддерживать неинтересную беседу. Даже сэкономив при этом»*

# О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных российских городов.



**МЕТОДОЛОГИЯ:** качественное исследование  
**КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ:** 30-40 респондентов

## ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2019 ГОДУ

- › Бодипозитив
- › Близость к брендам
- › Русские корни в брендах
- › Восприятие маскулинности
- › Поколение Z
- › Маркеры органических продуктов
- › Персональные данные
- › Sharing-экономика
- › Родительство
- › Путешествия
- › Технологические вызовы
- › Паттерны экономии
- › Восприятие вопроса переработки мусора

## ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

### ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1 1 отчет	Опция 2 5 отчетов	Опция 3 12 отчетов
60 000 руб.	250 000 руб	600 000 руб

- › MS PowerPoint объемом д1  
дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2019
- › В конце каждой 3 недели предоставляется отчет (summary в формате объемом до 15 слайдов)

### AdHoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

**Тема по запросу**  
от 160 000 Руб.

**Сроки**  
1 неделя от брифа до отчета

**Области применения:**

- › Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- › Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- › Предварительный этап для другого исследования



**СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ**

[Pavel.Lebedev@ipsos.com](mailto:Pavel.Lebedev@ipsos.com)

[Ekaterina.Kotova@ipsos.com](mailto:Ekaterina.Kotova@ipsos.com)

Цены указаны без учета НДС (20%)