

# Почему белорусы из райцентров ездят в крупные города за покупками?

**И**з всех сфер экономики именно розничная торговля затрагивает каждого жителя страны. Ведь все мы - кто-то чаще, кто-то реже - являемся покупателями. И волнуют потребителя не только цены, но и качество продуктов, и обслуживание в магазинах. Социологи изучили, что думают белорусы, живущие в малых городах и в столице, о розничной торговле.

В частности, в феврале-марте были проведены социологические исследования на эту тему. В областных городах и в столице изучалась востребованность крупных торговых сетей у населения, и по результатам опроса составлен рейтинг торговых сетей Беларуси. А в районных и малых городах страны изучена востребованность торговых объектов сети «Евроопт» жителями этих населенных пунктов.

## Более 97% жителей Минска и областных городов делают покупки в сети магазинов «Евроопт»

По данным Института социологии Национальной академии наук Беларуси, почти 80% жителей в столице и областных городах, а также 75,7% жителей в районных городах считают, что самые низкие цены предлагает именно эта сеть магазинов. Это подтверждает проведенный Институт социологии в феврале этого года ценовой мониторинг крупнейших розничных сетей, который показал, что цены в «Евроопте» в формате гипермаркета меньше, чем у конкурентов в среднем на 18%, а в формате «магазин у дома» - на 21,8%.

Социологический опрос показал, что каждый второй житель в столице и областных городах и 81,6% жителей районных городов отметили наличие в магазинах «Евроопт» большого ассортимента товаров. 3/4 белорусов в столице и областных городах и 82,1% жителей районных городов считают, что магазины сети «Евроопт» лидируют среди других магазинов по критерию «выгодная для покупателей политика скидок и акций».

## От прихода «Евроопта» в малые города белорусы ждут снижения цен во всех магазинах города

Еще одно исследование в феврале провел Информационно-аналитический центр (ИАЦ) при Администрации Президента Республики Беларусь. Социологи изучили отношение жителей малых городов с населением до 50 тыс. человек к существующим объектам торговли. При этом в выборку попали те города, где не работает ни одна из крупных торговых сетей, в том числе и «Евроопт».

В результате исследования выяснилось, что 93% жителей малых городов, в которых не работают торговые объекты сети «Евроопт», хотят, чтобы в их населенном пункте работал этот ритейлер.

Основные ожидания жителей малых городов с приходом сети «Евроопт» в их населенные пункты связаны со снижением цен и расширением ассортимента.

Так, 58,6% респондентов ответили, что «Евроопт» предложит доступные цены, а 57,2% - широкий ассортимент товаров. Еще 13,3% респондентов отметили проведение постоянных акций и скидок в сети магазинов «Евроопт».



## Сколько тратят на продукты и ходовые товары в райцентрах

- (в расчете на одного члена семьи в месяц)
- ✓ до 500 тысяч рублей - 27%
  - ✓ от 500 тысяч рублей до 1 млн. рублей - 40%
  - ✓ от 1 млн. рублей до 1,5 млн. рублей - 16%
  - ✓ свыше 1,5 млн. рублей - 14%

По данным Института социологии НАН Беларуси.

Исследования показали, что даже при условии открытия магазина «Евроопт» вне зоны шаговой доступности 91,8% жителей малых городов все равно стали бы целенаправленно ходить за покупками в магазины этой сети.

Ничего удивительного в таких результатах на самом деле нет: по данным социологического мониторинга, который уже больше десяти лет проводит Институт социологии НАН Беларуси, одним из самых волнующих вопросов у белорусов по-прежнему остаются цены в магазинах. Так, в декабре прошлого года об этой проблеме говорили 57,7% опрошенных. И это неудивительно, ведь продукты питания и товары первой необходимости

по-прежнему составляют одну из главных статей расходов в бюджете белорусских семей.

В областных городах Беларуси около 15% семей тратят на питание от 70% до 90% своего семейного бюджета, примерно в 45% семей затраты на питание составляют от 50% до 70% всех расходов на потребительские товары, в каждой пятой семье на питание уходит от 30% до 50% от суммарного дохода семьи. Только чуть более 6% семей тратят на продукты менее 30% своего семейного бюджета, что соответствует мировым стандартам затрат домохозяйств на питание.

## Ради экономии жители малых городов готовы ездить в «Евроопт» в другие населенные пункты

Белорусы знают про магазины крупных торговых сетей, даже если они пока не работают в их горо-

### КСТАТИ

93% респондентов хотели бы, чтобы в их городе открылся магазин сети «Евроопт». И даже при условии открытия магазина данной сети вне зоны шаговой доступности 91,8% опрошенных все равно стали бы целенаправленно ходить в него за покупками. И в этом ничего удивительного нет, можно предположить, что, совершая покупки в магазинах сети «Евроопт», среднестатистическая семья из четырех человек сумеет сэкономить в месяц от 800 тысяч до 1,2 млн. рублей. Согласитесь, существенная сумма!

де. В частности, по данным социологов, «Евроопт» известен практически всем опрошенным жителям малых городов (93,6%). Большинство из них (83,2%) лично совершали покупки в магазинах сети. При этом 63,2% от числа покупателей посещали магазины данного ритейлера один раз в месяц и реже, каждый пятый (19,8%) - два или три раза в месяц, практически каждый десятый (8,3%) - раз в неделю.

Очевидно, что при существующем уровне расходов на продукты и товары первой необходимости белорусские семьи часто выбирают магазины именно по ценовому параметру. Вопрос в том, всегда ли есть полноценная возможность такого выбора?

При этом жители малых городов уверены, что открытие магазинов крупных торговых сетей в их городах приведет к снижению цен и расширению ассортимента товаров.

Социологи утверждают, что жители Беларуси постепенно переходят к практике приобретения товаров на неделю, которая давно является нормой для европейских стран. Подобного рода покупки, как правило, совершаются в крупных торговых объектах. А в небольших магазинах, находящихся в шаговой близости от дома, белорусы предпочитают приобретать узкую группу товаров повседневного спроса.

Кстати, недавно «Евроопт» выказал готовность не только начать работу во всех малых городах Беларуси, но и организовать деятельность по обеспечению торговым обслуживанием населения всех деревень в стране. С одной стороны, это позволило бы жителям малых городов и сельской мест-

**По мнению более чем 60% жителей столицы и областных городов, «Евроопт» является лучшей торговой сетью продовольственных магазинов в Беларуси.**

ности совершать покупки по выгодным ценам и выбирать из более широкого ассортимента, а также экономить время - не придется ездить в другие населенные пункты за покупками. С другой стороны, приход крупного ритейлера в район и сельскую местность прежде всего увеличит товарооборот этого района, а его бюджет получит дополнительные поступления в виде налогов и сборов.

**Примечание:** при подготовке материала использованы данные социологических исследований Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь и Института социологии НАН Беларуси.