

Удовольствие – главная ценность молодых обеспеченных женщин с гуманитарным образованием

26.07.2007.

К такому выводу пришли компания MarketUP совместно с агентством Sauce Strategy рекламного холдинга Sorec Group, составив психографический портрет высокодоходных москвичей.

Сделать детальное описание социально-демографических, психологических и поведенческих характеристик позволили результаты исследования UP Consumer Monitor, охватившего более 1000 домохозяйств с доходом выше 1500 USD на члена семьи в месяц.

«Обычно самая большая сложность в исследовании высокодоходных групп – получить к ним доступ, - рассказывает директор консалтингового агентства MarketUP Марина Власова. – Люди с высокими доходами не склонны распространяться о своих планах и потребительских привычках. А значит, требуется хорошо подготовленный интервьюер и подходящая для разговора обстановка. Т.е. фактически, для качественного исследования нужны имена, явки, адреса людей с достаточно высоким уровнем дохода».

Расчет выборки, подготовка маршрута, составление анкеты проходили по специально отработанным методикам и позволили собрать максимально точные репрезентативные данные о присущих высокодоходным москвичам ценностях, образе жизни и стиле поведения.

Больше половины (51%) обеспеченных жителей столицы занимают активную жизненную позицию, стремясь совмещать привязанность к дому, семье и успешную карьеру. Они не готовы рисковать и ценят спокойствие, ищут баланс между логикой и интуицией и рассчитывают на поддержку близких. Сегмент «активных» на треть состоит из людей с высшим экономическим образованием, еще треть – с высшим техническим. При этом именно в сегменте активных наиболее велика доля людей, работающих в сфере науки, культуры, медицины и образования. Две третьих активного сегмента составляют женщины.

Мужчины же преобладают в категории «лидеры», где составляют 57% от числа представителей сегмента. Всего же среди москвичей с доходом выше 1500 USD на члена семьи к лидерам относятся 32%. Для них одной из важнейших ценностей является успешная карьера, которая обеспечивает материальное благополучие, удовлетворение и власть. «Лидеры» ценят независимость, самостоятельность, готовы рисковать для достижения поставленных целей, предпочитают руководствоваться логикой и любят острые ощущения. Любопытно, что именно среди «лидеров» больше всего людей с техническим образованием – 42%. Четверть представителей данного сегмента имеют собственный бизнес, 18% работают в финансово-банковском секторе. Это самая активная, хоть и не самая многочисленная часть высокодоходной группы, стремящаяся постоянно наращивать свои обороты.

Меньше всего среди лиц с доходом выше 1500 USD на члена семьи в месяц оказалось «обывателей», людей для которых важны дом и семья, стабильность и безопасность. Представители этого сегмента не амбициозны. Успешной карьере они предпочитают

свободное время, которое можно провести с близкими или потратить на себя. Три четверти «обывателей» - женщины. Они доверяют интуиции, предпочитают работать по найму и покупать то, что нравится, не обращая внимания на бренды. При этом любопытно, что именно в сегменте обывателей самый большой семейный бюджет – 5 266.7 USD в месяц.

«Деление респондентов на три группы по стилю поведения позволяет лучше понять, что важно для высокодоходной аудитории, как обеспеченные люди предпочитают тратить свое время и силы, к каким целям стремятся, - поясняет классификацию Марина Власова. – Соотнеся это деление с сегментацией по жизненным ценностям, получим детальную картину, на основе которой легко высчитывается целевая аудитория, формулируется понятное и важное для представителя конкретной группы сообщение».

По жизненным ценностям респонденты распределились по 3 сегментам: «традиционалисты» (45%), «интеллигенция» (35%) и «гедонисты» (20%). Традиционалисты уважают общечеловеческие ценности: честность, мужество, вежливость, готовность прощать и помогать. Для них важно чувство свершения, достижения, общественное признание. Среди традиционалистов примерно поровну мужчин и женщин. В этом сегменте самая большая доля бизнесменов (20%), и людей с техническим образованием (38%). Также средний размер жилплощади выше именно у традиционалистов.

Зато в группе гедонистов самый большой семейный бюджет, не смотря на то, что большая часть сегмента – женщины (73%), причем ровно половина в возрасте от 18 до 34 лет. Основной жизненной ценностью для представителей этой группы является «удовольствие», которое они получают от всего, что их окружает. Обращает на себя внимание тот факт, что доля гуманитариев среди гедонистов выше, чем среди традиционалистов или интеллигенции.

Интеллигенция же с высокими доходами в основном представлена работниками по найму на частных предприятиях – 68%. Для людей этого сегмента важно достижение гармонии с самим собой и окружающим миром. Основными ценностями являются: безопасность семьи, истинная дружба, самоуважение и внутренняя гармония. Женщин с такими ценностями больше, чем мужчин – 61% vs 39%. Зато возрастные группы представлены практически равными долями.

Сегментировать высокодоходную группу можно не только по психологическим характеристикам, но и по формальным признакам: по сферам деятельности, занимаемым должностям, брачному статусу.

Больше всего людей с доходом выше 1500 USD на члена семьи работают в двух сферах: финансы, банки, страхование и, как ни странно, наука, образование, культура, медицина (по 16% респондентов в каждой сфере). Потом по объему идет промышленность и производство (14%) и сфера услуг (13%). Традиционно считающиеся самыми доходными сферы торговли и строительства занимают только 5 и 6 место (по 11% и 10 % соответственно).

По занимаемым должностям структура высокодоходной группы выглядит так: на первом месте ведущие специалисты – их в общей выборке 28%, затем идут заместители руководителей или начальники крупных подразделений – 17% от числа респондентов, следом – руководители отделов – 16 %. Из числа лиц с доходом выше 1500 USD на члена семьи 15% руководят малым бизнесом и только 5% крупной или средней компанией. На пятом месте по доле в высокодоходной группе стоят служащие, занятые умственным трудом. Количество же людей, занимающихся физическим трудом, не превышает 1% от группы лиц с высокими доходами.

Что же касается семейного положения респондентов, то в высокодоходной группе только 16% одиноких людей. 29% состоят в браке, но не имеют детей, 36% имеют одного ребенка и только 3% трех и более детей.