

ВЕДОМОСТИ

Квартира, дача, машина: Маркетологи определили средний класс

23.07.2007 №134 (1908)

Москвичи считают себя средним классом, если их доход выше \$2000 на члена семьи, выяснили маркетинговая группа MarketUp и рекламное агентство Sauce Strategy. Им совершенно все равно, где жить, но обязательные атрибуты среднего класса — дача и дорогой автомобиль. Половина копит деньги, храня их под матрасом или на счете в банке.

MarketUp и Sauce Strategy составили портрет московского среднего класса, опросив 1072 респондента (личные интервью). Уровень дохода респондентов — \$1500 в месяц на члена семьи. MarketUp занимается маркетинговыми исследованиями и управленческим консалтингом (создана в 2001 г., экс-“Русинфомар”). Sauce Strategy входит в рекламный холдинг Sorec Group.

Люди с высокими доходами не любят рассказывать о себе, поэтому до сих пор в большинстве исследований критерии состоятельности были занижены (\$500-700 на человека), а опирались они на опросы малого количества респондентов, рассказывает директор MarketUp Марина Власова. Чтобы выяснить вкусы действительно высокодоходной аудитории, MarketUp и Sauce Strategy выбрали людей, чей доход примерно вдвое выше средней зарплаты в Москве. Чуть больше половины участников опроса имеет доход \$1500-1700 на члена семьи, 19% — \$1700-2000, еще 15% — \$2000-3000, остальные 11% — свыше \$3000.

Оказалось, что средним классом считают себя люди со среднедушевыми доходами выше \$2000. Те, у кого на человека в семье по \$1500-1700, считают, что доходы среднего класса — от \$2200 на человека, а москвичи с реальными доходами в \$1700-2000 думают, что порог среднего класса — \$2909 на человека.

Доход в \$1500 на члена семьи в месяц — оправданный порог для определения представителей среднего класса в Москве, считает эксперт Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП) Игорь Поляков. По подсчетам ЦМАКП, к среднему классу в Москве можно отнести примерно треть населения. Самооценка этих людей явно занижена из-за высоких зарплатных ожиданий, полагает Поляков. “Работники с доходом выше \$1500, как правило, относятся к профессиональным группам, пользующимся спросом на рынке труда, они надеются,

что скоро зарплаты вырастут”, — рассуждает Поляков.

Средний класс — это не только уровень дохода: важны социально-культурные характеристики, уровень накоплений, специфика профессии, отмечает главный экономист “Тройки Диалог” Евгений Гавриленков: “Уборщица, работая в трех местах, тоже может зарабатывать \$1500, но ее сложно отнести к среднему классу”.

С характеристиками у состоятельных москвичей все в порядке. Представитель среднего класса должен иметь высшее образование, считают 76% опрошенных. Правда, для 48% не важно, где оно было получено.

Большинство (71%) респондентов считают, что у представителя среднего класса должен быть автомобиль, причем 41% думает, что это новая дорогая иномарка. 15% полагают, что в семье должно быть минимум два автомобиля. Еще больше (85%) опрошенных уверены, что у представителя среднего класса должен быть загородный дом.

Зато состоятельные москвичи не придают значения тому, где они живут. Главное, чтобы квартира была (в собственных живут 82% опрошенных). Ее размер (средний для опрошенных — 70,4 кв. м), класс дома и престижность района не важны.

Советская формула счастья — «квартира, машина, дача» — действует и сейчас, считает руководитель аналитического центра IRN.ru Олег Репченко. Поэтому средний класс стремится иметь загородную недвижимость. Но стоимость недвижимости в престижных районах такова, что средний класс с доходами от \$1500 приобрести ее не в состоянии, говорит гендиректор Building Media Group Сергей Елисеев. По оценкам IRN.ru, около 80% владельцев квартир в столице устраивает район, где они живут. Высокие требования к классу дома предъявляют богатые москвичи, а не средний слой, добавляет Репченко.

Уровень накоплений (см. врез) среди москвичей все равно невысок: в США откладывают все, отмечает Гавриленков. Часть людей, получающих от \$1500, не обзавелись машинами, мебелью, техникой и копят. Москвичи выражают себя в потреблении, говорит Гавриленков: «У кого больше кепка — тот и самый важный».

ЗАЧЕМ КОПИМ

Половина состоятельных москвичей делают накопления, выяснили маркетологи. В основном — на непредвиденные расходы (66% респондентов), 36% планируют купить недвижимость, 31% откладывают на отпуск, 17% — на автомобиль, 16% — на образование детей. Над инструментами инвестирования долго не раздумывают: 74% хранят деньги в банке, 39% — просто в наличной валюте, 35% — в наличных рублях.

АЛЕКСАНДРА ПЕТРАЧКОВА

АНТОН КОПЫЛОВ