

Отчёт

По проведённому маркетинговому исследованию относительно определения отношения жителей городов России (Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Краснодар) к вопросу: «Нужно ли в России вводить налог на роскошь?».

Цель проведения:

Определение отношения жителей городов России (Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Краснодар) к вопросу: «Нужно ли в России вводить налог на роскошь?».

Метод проведения:

По методу личного интервью (личное приглашение для ответа на вопросы), среднее время опроса одного респондента составило 10 минут.

География проведения опросов:

г. Москва, улицы: Цветной бульвар, ул. Пречистенка, ул. Октябрьская, Кутузовский проспект, Краснопресненская набережная.

г. Санкт-Петербург улицы: ул. Восстания, ул. Бухарестская, Загородный проспект, Канал Грибоедова, ул. Гороховая.

г. Волгоград улицы: проспект Жукова, проспект Ленина, ул. Рокоссовского, Набережная 62 армии, ул. Байкальская.

г. Краснодар улицы: ул. Красная, ул. Ставропольская, ул. Воронежская, ул. Старокубанская, ул. Селезнева.

Количество анкет:

За время проведения маркетингового исследования в общей сложности было опрошено 2000 респондентов (по 500 респондентов в каждом городе).

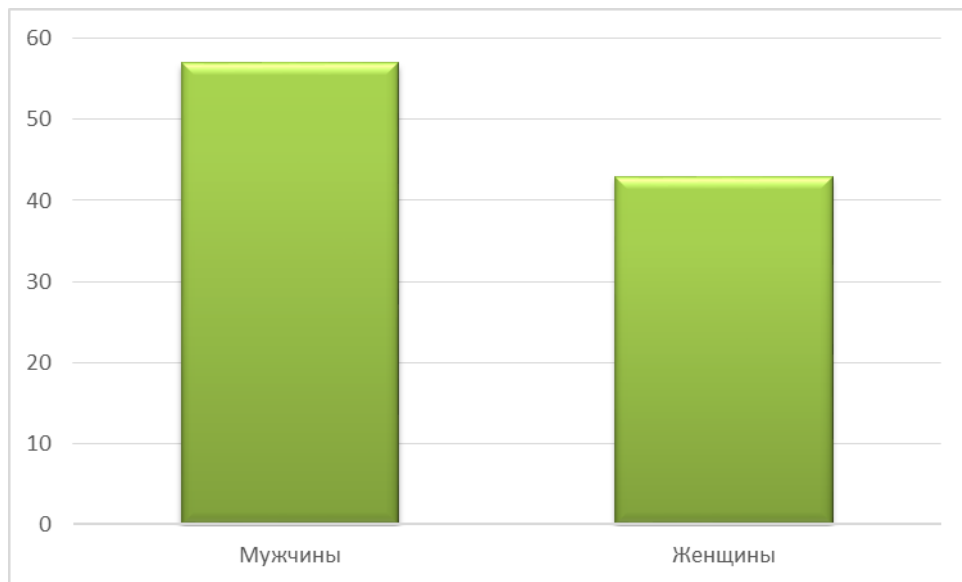
Выборка:

Мужчины и женщины от 18 до 60 лет (2000 человек).

Сроки проведения:

С 7 июня по 11 июня 2016 года.

1. Укажите пол респондентов (самостоятельно):



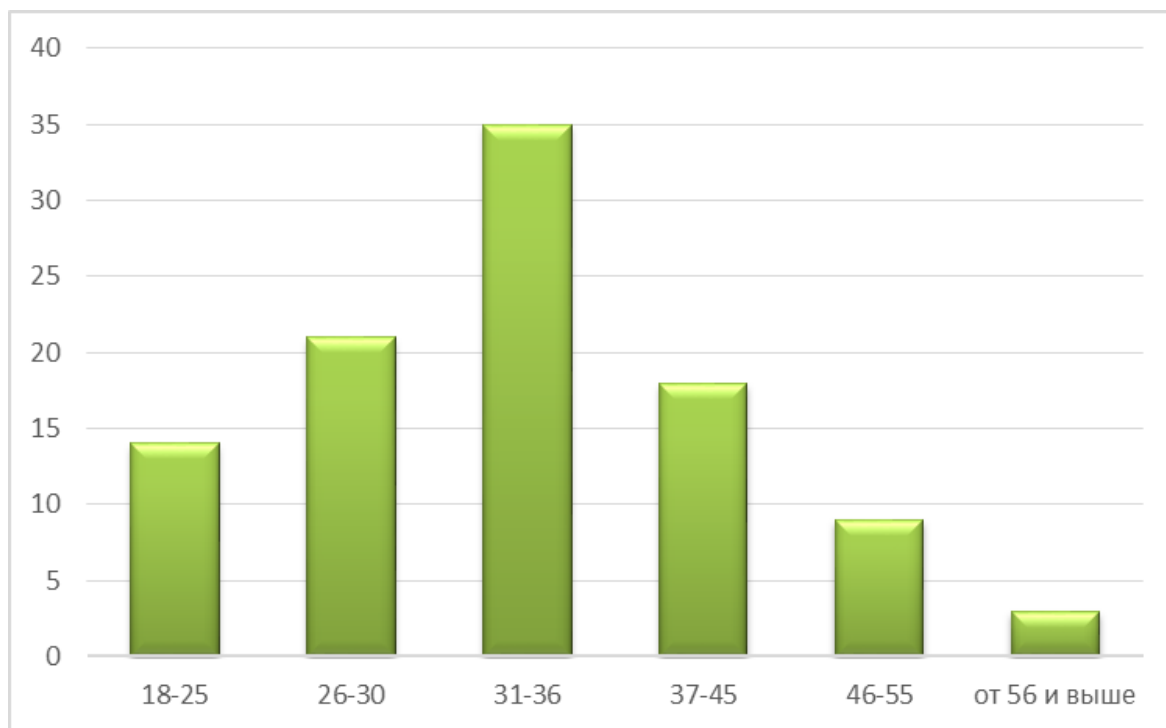
Выводы:

Укажите пол респондентов (самостоятельно):

- Женский- **43%** респондентов (860 респондентов);
- Мужской- **57%** респондентов (1140 респондентов).

По условиям проведения маркетингового исследования для достоверности данных необходимо было опросить мужчин и женщин в произвольном соотношении от общего количества интервью.

2. Укажите возраст респондентов:



Выводы:

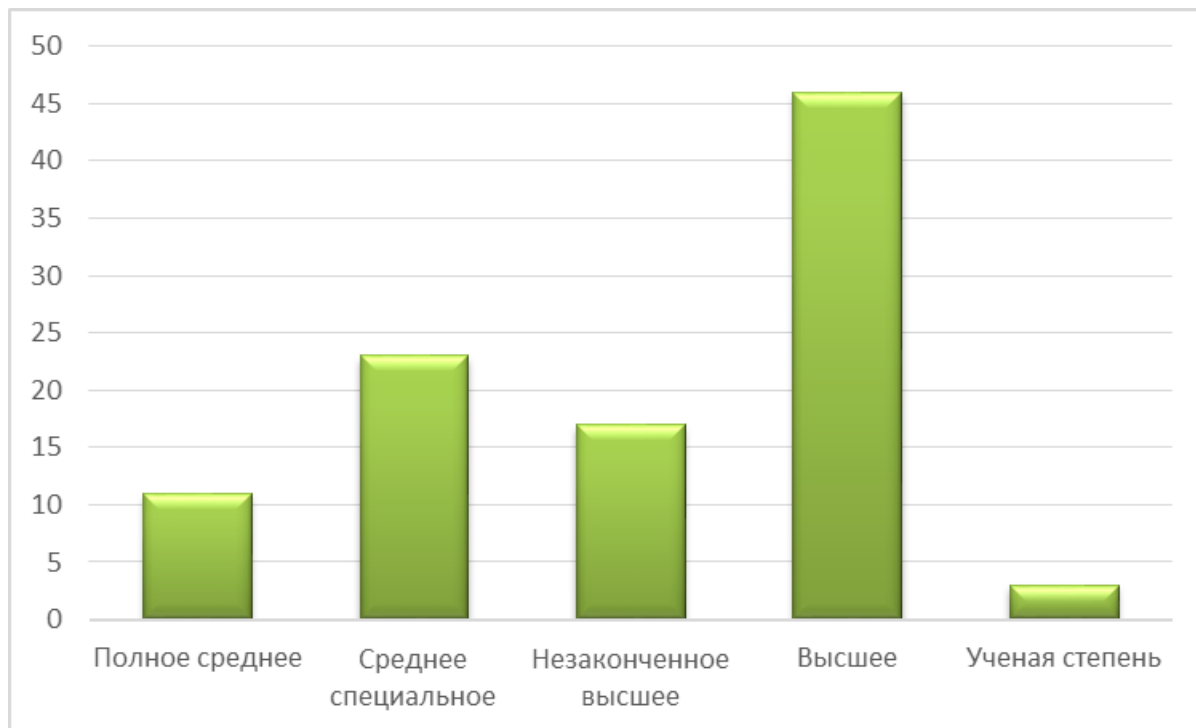
Укажите возраст респондентов:

- От 18 до 25 лет- **14%** респондентов (280 респондентов);
- От 26 до 30 лет- **21%** респондентов (420 респондентов);
- От 31 до 36 лет- **35%** респондентов (700 респондентов);
- От 37 до 45 лет- **18%** респондентов (360 респондентов);
- От 46 до 55 лет – **9%** респондентов (180 респондентов);
- От 56 лет и выше - **3%** респондентов (60 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**35%**) опрошенных респондентов находятся в возрасте от 31 до 36 лет.

По возрастной квоте респондентов требования по процентному соотношению количества опрошенных респондентов, относящихся к каждой отдельной возрастной категории выдвинуты, не были.

3. Скажите, пожалуйста, какой у Вас уровень образования?



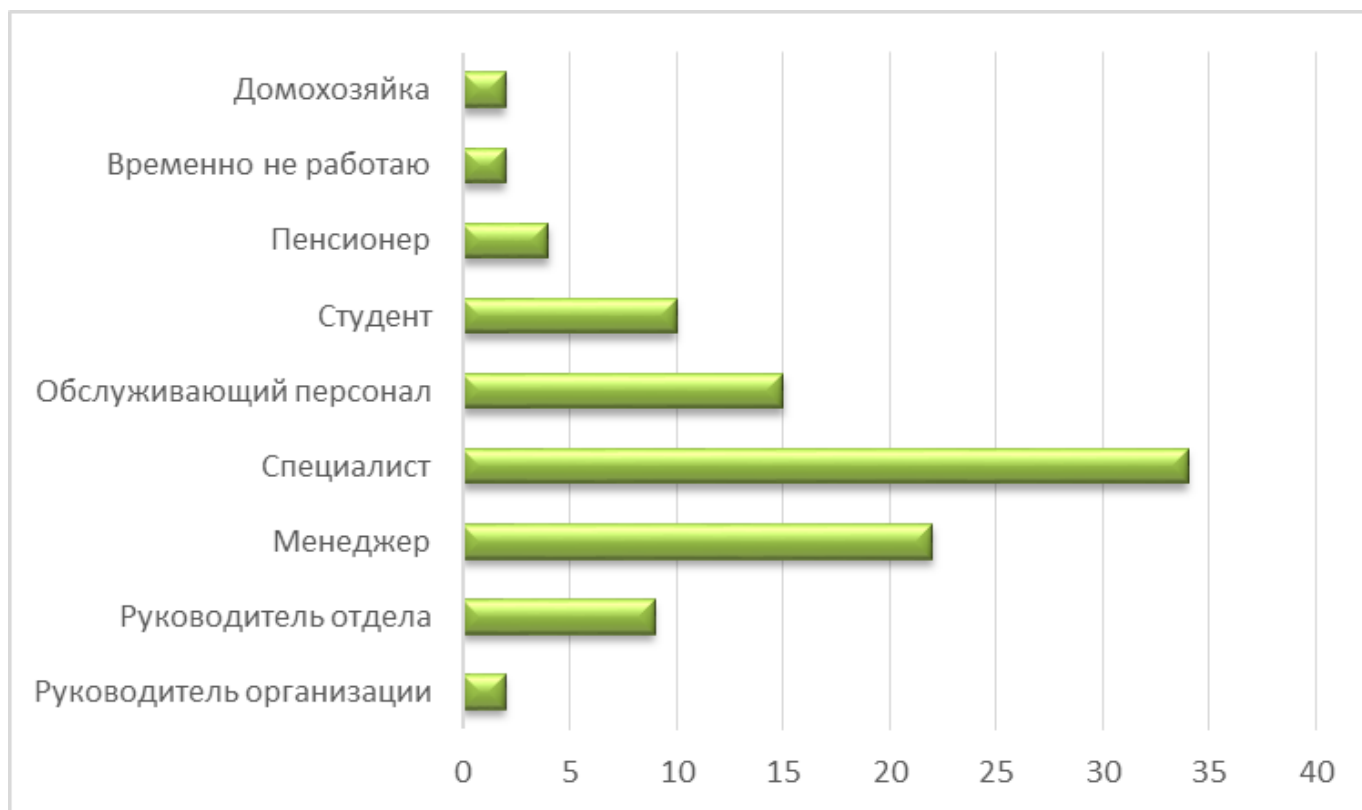
Выводы:

Скажите, пожалуйста, какой у Вас уровень образования?

- Полное среднее - **11%** респондентов (220 респондентов);
- Среднее специальное – **23%** респондентов (460 респондентов);
- Незаконченное высшее – **17%** респондентов (340 респондентов);
- Высшее – **46%** респондентов (920 респондентов);
- Ученая степень – **3%** респондентов (60 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**46%**) из опрошенных респондентов имеют высшее образование.

4. Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род занятий?



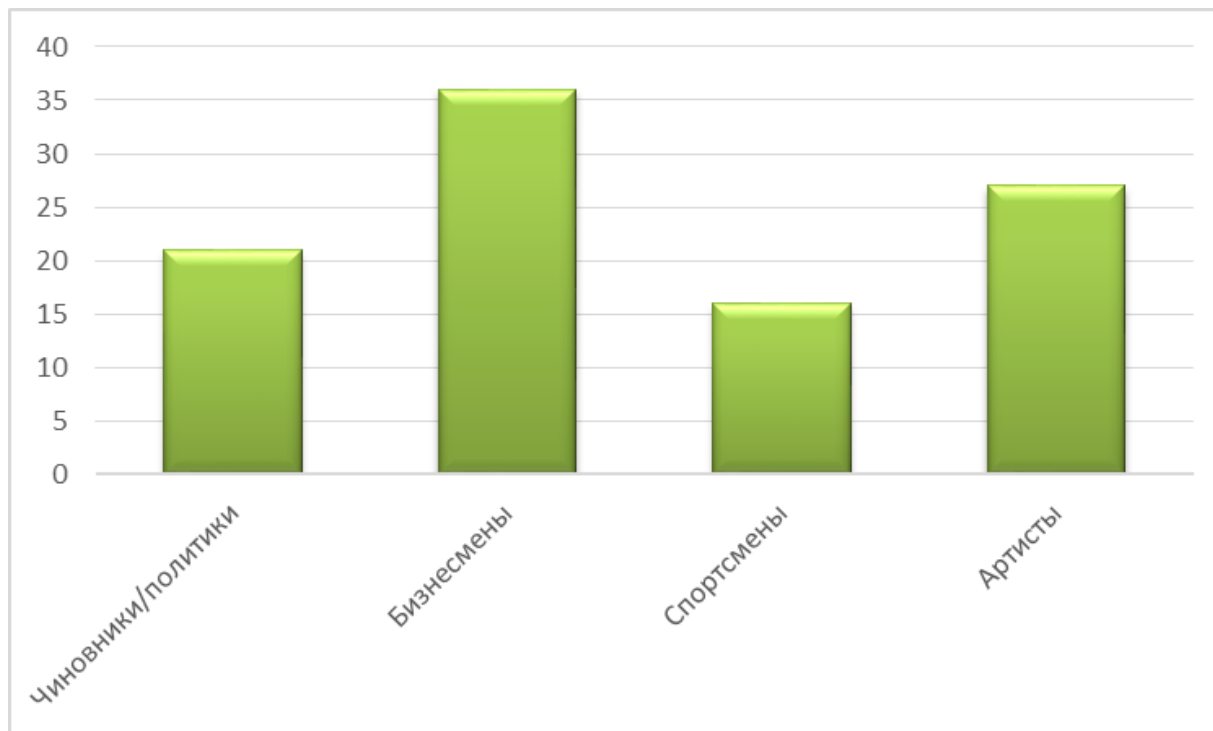
Выводы:

Скажите, пожалуйста, какой у Вас основной род занятий?

- Руководитель организации - **2%** респондентов (40 респондентов);
- Руководитель отдела – **9%** респондентов (180 респондентов);
- Менеджер – **22%** респондентов (440 респондентов);
- Специалист – **34%** респондентов (680 респондентов);
- Обслуживающий персонал – **15%** респондентов (300 респондентов);
- Студент- **10%** респондентов (200 респондентов);
- Пенсионер – **4%** респондентов (80 респондентов);
- Временно не работаю – **2%** респондентов (40 респондентов);
- Домохозяйка – **2%** респондентов (40 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**34%**) из опрошенных респондентов ответили, что работают специалистами.

5. Скажите, пожалуйста, какой контингент людей Вы считаете самым богатым в стране?



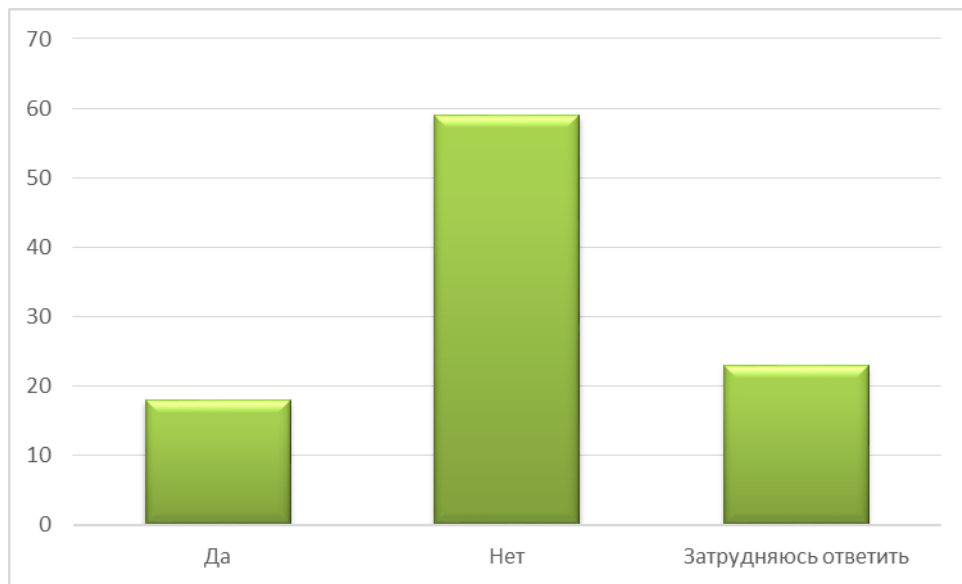
Выводы:

Скажите, пожалуйста, какой контингент людей Вы считаете самым богатым в стране?

- Чиновники/политики - **21%** респондентов (420 респондентов);
- Бизнесмены - **36%** респондентов (720 респондентов);
- Спортсмены – **16%** респондентов (320 респондентов);
- Артисты - **27%** респондентов (540 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**36%**) из опрошенных респондентов считают, что самый богатый контингент людей в стране – это бизнесмены.

6. Скажите, пожалуйста, по Вашему мнению, чиновники/политики могут быть богатыми?



Выводы:

Скажите, пожалуйста, по Вашему мнению, чиновники/политики могут быть богатыми?

- Да - **18%** респондентов (360 респондентов);
- Нет - **59%** респондентов (1180 респондентов);
- Затрудняюсь ответить – **23%** респондентов (460 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**59%**) из опрошенных респондентов ответили, что чиновники/политики не могут быть богатыми.

7. Скажите, что, по Вашему мнению, можно отнести к предметам роскоши?



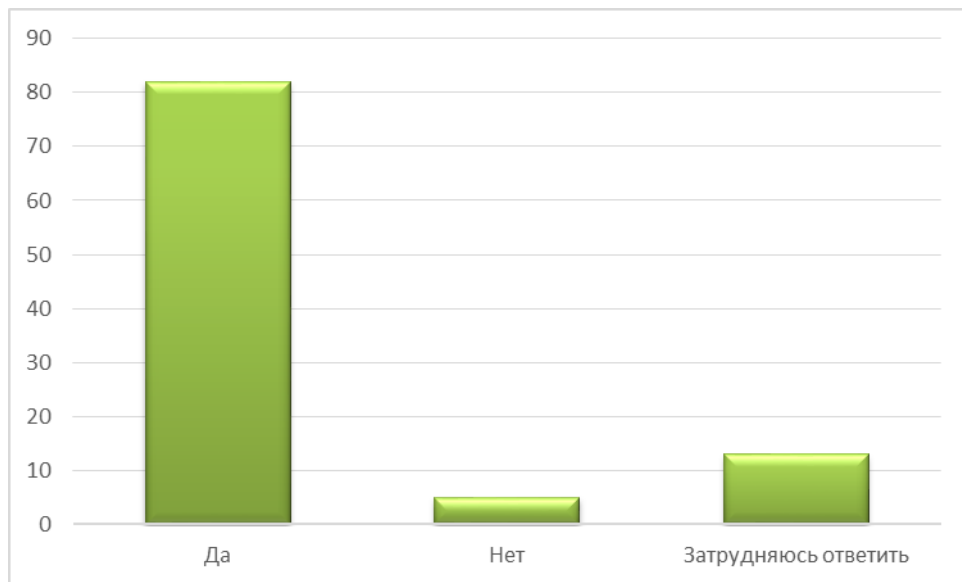
Выводы:

Скажите, что, по Вашему мнению, можно отнести к предметам роскоши?

- Элитное жилье - **15%** респондентов (300 респондентов);
- Недвижимость за границей - **27%** респондентов (540 респондентов);
- Автомобили класса люкс - **21%** респондентов (420 респондентов);
- Яхты, самолеты - **19%** респондентов (380 респондентов);
- Эксклюзивные драгоценные украшения – **12%** респондентов (240 респондентов);
- Предметы искусства – **6%** респондентов (120 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**27%**) из опрошенных респондентов ответили, что к предметам роскоши можно отнести недвижимость за границей.

8. Скажите, по Вашему мнению, нужно ли брать с богатых дополнительный налог?



Выводы:

Скажите, по Вашему мнению, нужно ли брать с богатых дополнительный налог?

- Да - **82%** респондентов (1640 респондентов);
- Нет - **5%** респондентов (100 респондентов);
- Затрудняюсь ответить - **13%** респондентов (260 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**82%**) из опрошенных респондентов считают, что да с богатых нужно брать дополнительный налог.

9. Скажите, пожалуйста, по Вашему мнению, на какие нужды можно было бы направить средства от дополнительного налога на роскошь?



Выводы:

Скажите, пожалуйста, по Вашему мнению, на какие нужды можно было бы направить средства от дополнительного налога на роскошь?

- Медицинские услуги для населения- **15%** респондентов (300 респондентов);
- Повышение средней заработной платы- **16%** респондентов (320 респондентов);
- Повышение пенсии – **13%** респондентов (260 респондентов);
- Развитие сельского хозяйства – **12%** респондентов (240 респондентов);
- Развитие производства – **11%** респондентов (220 респондентов);
- Развитие детского спорта (популярных во всем мире картинга и верховой езды) – **12%** респондентов (240 респондентов);
- Развитие авиации и космонавтики - **9%** респондентов (180 респондентов);
- Оборона страны – **12%** респондентов (240 респондентов).

По результатам маркетингового исследования большинство (**16%**) из опрошенных респондентов ответили, что средства, полученные от дополнительного налога на роскошь, можно было бы направить на повышение средней заработной платы.

Выводы:

По результатам маркетингового исследования можно сделать выводы, что большинство из опрошенных респондентов — это люди зрелого возраста, люди с высшим образованием, люди по роду занятий являющиеся специалистами в разных областях.

Большинство из опрошенных респондентов считают, что самый богатый контингент людей в стране – это бизнесмены. Следом идут артисты, затем чиновники/политики и спортсмены. При этом большинство из опрошенных респондентов считают, что чиновники/политики не могут быть богатыми.

Большинство из опрошенных респондентов ответили, что к предметам роскоши можно отнести недвижимость за границей, автомобили класса люкс, яхты и самолеты.

Большинство из опрошенных респондентов считают, что да с богатых нужно брать дополнительный налог. Средства, полученные от дополнительного налога на роскошь, можно было бы направить на повышение средней заработной платы, медицинские услуги для населения, повышение пенсии.

Выборка респондентов, участвующих в опросе

При подготовке к проведению маркетингового исследования (личное интервью), сотрудниками маркетингового агентства ZOOM MARKET была предложена выборка в 2000 личных интервью. Данная выборка исходя из цели исследования считается репрезентативной и мнений 2000 респондентов достаточно для того чтобы результаты исследования считались достоверными.

При проведении исследования большое внимание уделялось местам опроса. Опрос проводился:

г. Москва, улицы: Цветной бульвар, ул. Пречистенка, ул. Октябрьская, Кутузовский проспект, Краснопресненская набережная.

г. Санкт-Петербург улицы: ул. Восстания, ул. Бухарестская, Загородный проспект, Канал Грибоедова, ул. Гороховая.

г. Волгоград улицы: проспект Жукова, проспект Ленина, ул. Рокоссовского, Набережная 62 армии, ул. Байкальская.

г. Краснодар улицы: ул. Красная, ул. Ставропольская, ул. Воронежская, ул. Старокубанская, ул. Селезнева.

Данные маркетингового исследования можно считать достоверными и учитывая цель исследования выборку можно отнести к репрезентативной и в данном случае мнений 2000 респондентов достаточно для того чтобы получить ответы на заданные вопросы в исследовании и использовать полученные данные.

Краткая справка об маркетинговом агентстве ZOOM MARKET

Маркетинговое агентство ZOOM MARKET было основано в 2008 году на базе департамента маркетинга крупного отечественного холдинга.

Основной специализацией маркетингового агентства является проведение социологических и маркетинговых исследований.

За время существования агентства было проведено более 200 исследовательских проектов более чем для 80 компаний.

Среди клиентов маркетингового агентства ZOOM MARKET: OGGI (с августа 2010 года OODJI), ОРАНТА страхование, ТД АЙСБЕРРИ, ФГ БКС, Окна роста, TERVOLINA, Сафари кофе, ГК КиН и многие другие!

Благодарим Вас за выбор нашего агентства!

Надеемся на плодотворное долгосрочное сотрудничество!

Маркетинговое агентство «ZOOM MARKET»

(495) 960-90-89

www.mazm.ru

market@mazm.ru