

«ЗОЛОТОЙ» СЛОЙ ПЕТЕРБУРГА

«... узок круг их интересов, страшно далеки они от народа.»

Дмитрий Канаев

Исследовательская фирма «ГОРТИС»

Тел.: 164-21-21

«Сколько в Санкт-Петербурге действительно богатых людей? Кто эти люди?» — эти вопросы являются базовыми для специалистов, определяющих маркетинговую и информационную политику многих фирм.

Большая часть информации о численном составе и структуре этой группы противоречива, а наиболее полезная информация — потребительские предпочтения, мотивы выбора товаров/услуг — вообще отсутствует в «открытом доступе». Следовательно, часто менеджеры не владеют полной и достоверной информацией, необходимой им для принятия каких-либо решений. Менеджеры компаний вынуждены руководствоваться в работе субъективным мнением и интуицией. Работа в таких условиях формирует определенный стереотип поведения, а именно: менеджер не воспринимает информацию, если она не вписывается в его мироощущение, не согласуется с его мнением. Любая информация о потребителях или конкурентах оценивается в двоичной системе: «да, я так и думал(-а)» или «нет, этого же не может быть». Проблема субъективного недоверия к информации имеет вполне объективные корни. Подобный стереотип поведения, выработанный определенным социально-профессиональным статусом, а именно: постоянная интересная работа, успешная карьера, стабильное место на верхних уровнях внутрикорпоративной иерархии, достаточно высокий доход, устойчивый круг общения.

Как показывает опыт работы специалистов ИФ «ГОРТИС» в области рыночных исследований и бизнес-консалтинга (а это за период с 1991 года в Санкт-Петербурге более 180 исследований) наиболее типичные заблуждения относятся к пониманию уровня благосостояния жителей Санкт-Петербурга, описанию числа и структуры обеспеченных жителей нашего города.

Распространено мнение о том, что «совершенно средний доход» (уровень жизни) находится в районе 500 долларов в месяц, а меньше 300 долларов в месяц начинается бедность.

Часто происходит отождествление понятий «руководитель» и «обеспеченный/бога-

тый человек». Кроме того, бытует мнение об однородности информационных предпочтений и стиля поведения руководителей фирм, предприятий и организаций Санкт-Петербурга.

Попробуем представить общую информацию, которая, вероятно, комментирует эти заблуждения.

1. Руководителей высшего звена («директоров») в Санкт-Петербурге по оценке специалистов ИФ «ГОРТИС» 30-35 тыс. человек. Базой для подобных оценок служат как результаты опросов, так и оценки числа бизнес-единиц, функционирующих в Санкт-Петербурге: общее число функционирующих юридических лиц 60-70 тысяч, около 30 000 юрлиц имеют офисные помещения, примерно 5000 юрлиц могут быть отнесены к категории среднего и крупного бизнеса.

Мужчин среди «директоров» около 80%, в возрасте от 25 до 44 лет — 65%, старше 45 лет — 20%, а моложе 25 — 15%. Имеют высшее образование — 80-85% руководителей. Средний уровень благосостояния семей руководителей в 4.7 раза выше среднего по Санкт-Петербургу. На каждого члена семьи руководителя приходится в среднем около 8000 рублей (немногим менее 300 долларов). При этом почти у половины руководителей доход на члена семьи в месяц менее 5000 рублей. Не более 25% руководителей (7-8 тысяч человек) проживают в семьях с уровнем благосостояния 1000 дол. и выше. Необходимо отметить, что 20% руководителей для передвижения по городу пользуются общественным транспортом! Очевидно, что миф о тождественности понятий «руководитель» и «обеспеченный/богатый человек» не находит подтверждения.

Медиапредпочтения руководителей весьма неоднородны... По телевизору «директора» предпочитают смотреть НТВ и, в меньшей степени, ОРТ. Новости смотрят, как правило, с 21.00. Газеты читают. Наиболее читаемые руководителями высшего звена издания из общинформационных — «АиФ», «СПб Ведомости», «МК в Питере», «Деловой Петербург», «Коммерсант», «Реклама Шанс» и «Известия». Необходимо отметить, что ни одно из этих изданий не читает более 25% представи-

телей группы. Основную часть перечисленных изданий читают 10-20% «директоров». Из журналов, определенно читают «Деньги», «Власть», «Итоги», «Эксперт» и «За рулем».

Наиболее симпатичные руководителям радиостанции: «Европа плюс», «Мелодия», «Русский Шансон», «Балтика». Необходимо отметить, что мимо бесплатных изданий руководители не проходят. Не проходят !!! И «Центр плюс», и «Экстра балт» могут быть достаточно удачно использованы для «транспортировки» специальной информации до отдельных руководителей.

Основной вывод — медиапредпочтения Руководителей неоднородны, они лишь частично определяются их социально-профессиональным статусом.

2. Средний доход на человека в семье в Санкт-Петербурге около 70 USD в месяц !

В Санкт-Петербурге не более 30 тысяч семей имеют **среднемесячный доход на человека в семье более 500 USD**, а это 1.5 – 2.0 % всех семей.

Жителей Санкт-Петербурга с заработной платой более 1000 USD в месяц, также не более 30 тысяч человек. Это т.н. «богатые» петербуржцы. Если разделить «богатых» на «очень» и «не совсем», то есть все основания полагать, что в городе не более 2000 действительно богатых семей с уровнем дохода на члена семьи более 5000 USD в месяц. Доход от 1000 до 2000 USD долларов в месяц характерен для 15-18 тысяч петербуржцев.

Можно ли проверить представленные оценки специалистов ИФ «ГОРТИС»? Вероятно, да... Новых иномарок в Санкт-Петербурге

продается около 5000 в год. Если считать, что не реже одного раза в пять лет авто необходимо обновлять, то получим круг покупателей в 25000 человек. Относительно дорогих комплектов кухонной мебели (более 5000 USD) в год продается около 1500-1800 комплектов. Если считать, что кухню необходимо менять раз в 10-12 лет, то получим круг покупателей в 15-20 тысяч человек. Предложенный подход к оперативной верификации имеет определенные недостатки, но иллюстрирует достоверность порядка оценки числа богатых жителей Санкт-Петербурга.

Необходимо отметить, что негативное отношение к информации о состоянии внешней среды (рыночного окружения, предпочтений потребителей), в настоящий момент, может никак не отражаться на успешной работе конкретной фирмы. Если фирма работает с узким сегментом (число клиентов относительно невелико), то «ощущения» конкретного менеджера могут в достаточной мере соответствовать фактическому состоянию рынка.

Однако не уверен, что современный менеджмент может базироваться исключительно на ощущениях и «внутреннем понимании» потребителя. Информация, необходимая для принятия ответственных управленческих решений, должна быть полной и объективной. Это в идеальном варианте. На практике менеджер вынужден формировать необходимую информацию путем анализа различных данных, в т.ч. содержащих необходимые сведения лишь частично. Умение работать с информацией становится неотъемлемым условием успешного развития любой фирмы.