

Пресс-релиз

Исследование GfK: Индекс потребительских настроений в России

Россияне не ожидают улучшения в экономике в ближайший год, но на пятилетку возлагают большие надежды

21 мая 2018

Отдел коммуникаций GfK Rus
Т + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

В апреле вернулись к росту показатели, важные для потребительского сектора

Москва, 21 мая 2018 - По данным Всероссийского опроса GfK, в апреле 2018 года Индекс потребительских настроений в России составил 107 пунктов, что на 5 пунктов больше, чем годом ранее, и на 3 пункта - чем в феврале 2018 года. Индекс растет скорее за счет высоких ожиданий потребителей, а вот текущее состояние оценивается менее оптимистично.

«Потребительские настроения по итогам первых месяцев 2018 года остаются в позитивной зоне. В апреле вновь вернулись к росту показатели, важные для потребительского сектора: и оценка собственного материального состояния, и готовность покупать», - говорит Александр Демидов, генеральный директор (CEO) GfK Rus.

Действительно, ситуацию с потребительскими настроениями в апреле отличал рост всех составляющих Индекса. Единственный показатель, который продолжил снижаться - Индекс ожиданий развития экономики страны на ближайший год. Если в 2017 году он рос на фоне позитивных новостей о стабилизации экономики России, то в первые 4 месяца 2018 года мы увидели снижение оптимизма потребителей из-за невысоких оценок потребителями ближайших перспектив национальной экономики. Что касается долгосрочной перспективы (на ближайшие 5 лет), то здесь оценки россиян достигли наивысших значений за 10-летний период исследований (см. Рис.1).

«Это важный сигнал для бизнеса и политиков сегодня: россияне возлагают большие надежды на развитие национальной экономики в ближайшие 5 лет. Вера и поддержка потребителей очень важна для

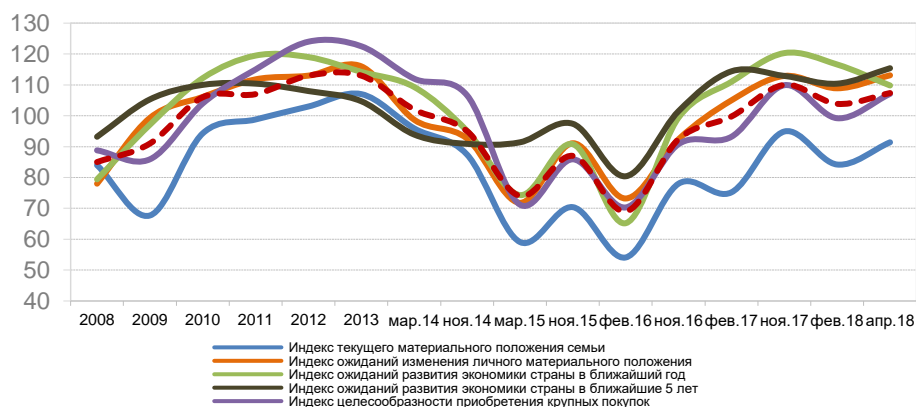
амбициозных задач, которые стоят перед экономикой страны», - считает Александр Демидов.

Жители большинства регионов России чувствуют себя увереннее. По итогам первых месяцев 2018 года Индекс потребительских настроений остается в позитивной зоне в 8 из 9 регионов. Единственный регион, где Индекс остается в негативной зоне - Северо-Запад. Оптимистичнее всего настроены жители Урала, Сибири, Северного Кавказа. Здесь Индекс потребительских настроений достиг докризисных показателей (111, 110 и 110 пунктов соответственно).

Таб.1

	2013	мар. 14	ноя. 14	мар. 15	ноя. 15	фев. 16	апр. 16	июл. 16	ноя. 16	фев. 17	апр. 17	сен. 17	ноя. 17	фев. 18	апр. 18
Россия	113	102	95	74	87	69	80	85	92	100	102	107	110	104	107
Городское	112	102	95	72	87	69	80	86	91	98	100	106	107	103	107
Сельское	115	103	92	79	88	68	79	83	95	105	107	108	120	106	109
Москва	124	114	109	64	82	62	102	90	93	107	104	107	111	97	108

Рис.1



Таб.2

	фев. 17	апр. 17	июн. 17	апр. 18
Россия (в целом)	100	102	104	107
Северо- Западный	96	94	96	96
Центральный	101	109	105	109
Южный	91	106	107	107
Поволжье	99	97	101	108
Урал	100	102	113	110
Сибирь	101	100	102	111
Дальний Восток	97	90	102	103
Москва	107	104	114	108
Северный Кавказ	105	109	103	110

Об исследовании

Более 20 лет Международный институт маркетинговых и социальных исследований GfK ведет мониторинг потребительского поведения и социальных настроений в России на базе Всероссийского омнибусного исследования. Данное исследование является уникальным в своем роде: по ряду тем оно содержит данные, начиная с 1996 года, и охватывает все этапы, пройденные российской экономикой и потребительским рынком за это время.

Исследование дает ответы на следующие вопросы:

Какие тенденции преобладают в поведении и настроениях потребителей в России? Как изменилась ситуация в текущем периоде года?

Как меняются намерения людей, связанные с приобретением различных товаров и услуг? Как изменения влияют на разные сегменты рынка?

На постоянной основе GfK измеряет настроения потребителей на базе Индекса потребительских настроений, который отражает оценку потребителями текущей ситуации в экономике страны, своего финансового состояния и их ожиданий в будущем. Настроения потребителей оказывают непосредственное влияние на их готовность

тратить на товары и услуги.

Выборка многоступенчатая, стратифицированная, репрезентирующая всё население России в возрасте 16+. Объем выборки - не менее 2100 интервью.

Об Индексе потребительских настроений GfK

Индекс потребительских настроений представляет собой среднюю арифметическую частных индексов (Индекса текущего состояния и Индекса потребительских ожиданий), рассчитанных на базе ответов по каждому из пяти заданных вопросов. Индекс рассчитывается по формуле:

Индекс = доля положительных ответов - доля отрицательных + 100.

Значения Индекса потребительских настроений может варьироваться от 0 до 200 пунктов.

Интервал от 0 до 99 пунктов называется "пессимистической оценкой", а население считает ситуацию ухудшающейся.

Если значение Индекса равно 100 пунктам – это означает, что население рассматривает ситуацию как стагнирующую, так как доля положительных и отрицательных оценок одинакова.

Если же интервал от 101 до 200 пунктов, то это означает, что население воспринимает нынешнюю и будущую ситуацию, как улучшающуюся.

О GfK

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем "Growth from Knowledge".

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт www.gfk.com или www.gfk.com/ru или следите за нашими новостями в Twitter: https://twitter.com/GfK_Rus