

Пресс-релиз

Исследование GfK: Потребительские настроения в России по итогам 3 квартала 2017

19 октября 2017

Отдел коммуникаций GfK Rus
Т + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Россияне живут будущим

Поволжье – самый оптимистичный регион в 3-м кв. 2017 года

Северо-Запад России: потребительские настроения вышли в позитив впервые с 2014 года

Москва, 19 октября 2017 - По данным Всероссийского опроса GfK, Индекс потребительских настроений в России по итогам 3-го квартала 2017 года прибавил еще три пункта по сравнению со 2-м кварталом 2017 года, и составил 107 пунктов (см. Рис.1).

«Рост потребительских настроений в России подпитывают скорее большие надежды потребителей на будущее, нежели удовлетворенность текущим личным финансовым положением или состоянием национальной экономики», - комментирует результаты исследования Александр Демидов, генеральный директор (CEO) GfK Rus (см. Рис.2)

По данным Всероссийского омнибусного исследования GfK, покупательная способность продолжает снижаться (См. Рис.3). В сентябре 2017 года только 46% опрошенных россиян говорили, что их устраивает их материальное положение. Четверть россиян совершенно не довольны этим аспектом и еще 28% испытывают неполную удовлетворенность своими финансами (См. Рис. 4).

Несмотря на не самые радужные оценки своих финансов, движимые оптимизмом, покупатели, наконец, готовы вернуться в магазины. И не только в крупных городах. Исследования GfK показывают, что спрос сегодня восстанавливается быстрее в регионах России. Так, рынок бытовой техники и электроники сегодня демонстрирует рост именно за пределами столиц и крупных городов.

Такой видится ситуация в целом по России. Но если посмотреть на показатели Индекса потребительских настроений на уровне отдельных регионов, то видно, что состояние потребителя сильно варьируется от региона к региону (Рис. 5).

По итогам 3 квартала 2017 года самыми позитивными регионами оказались Поволжье и Урал, где Индекс составил 113 и 114 пунктов соответственно. Кроме этого, Поволжье вошло в число регионов, где

произошел самый значительный прирост Индекса потребительских настроений по сравнению со 2-м кварталом 2017 года. Рост Индекса отмечен в Центральном регионе, на Дальнем Востоке.

Еще одна хорошая новость - Северо-Западный регион вышел из депрессии. Здесь Индекс долго оставался в негативе, но в 3-м кв. 2017 года потребительские настроения впервые вышли в позитивную зону (рост Индекса с 96 до 102 пунктов).

Регионы, где наметилось некоторое похолодание потребительского климата - Сибирь и Северный Кавказ. Здесь Индекс потребительских настроений просел до 98 и 99 пунктов соответственно, скатившись в зону негативных ожиданий. В Москве и в Южном регионе также отмечается откат показателей Индекса, но пока в этих регионах потребительские настроения по-прежнему в позитиве.

Рис. 1

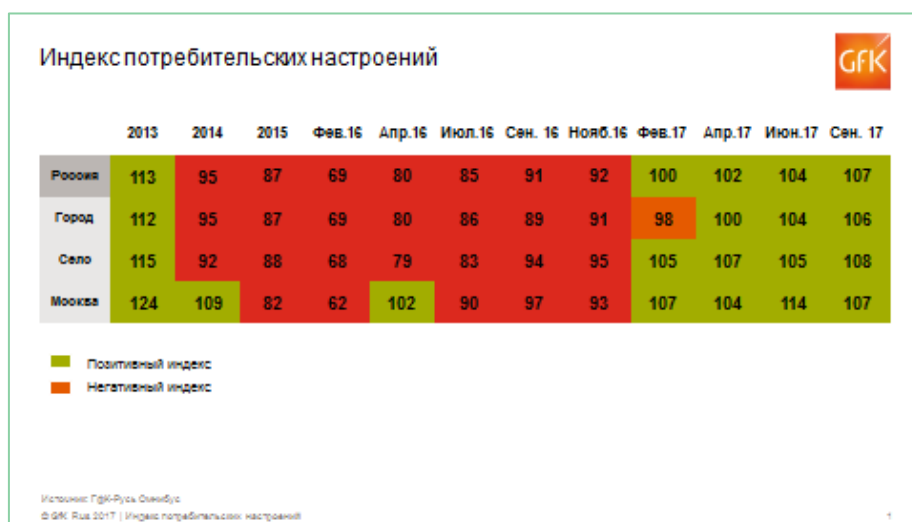


Рис.2

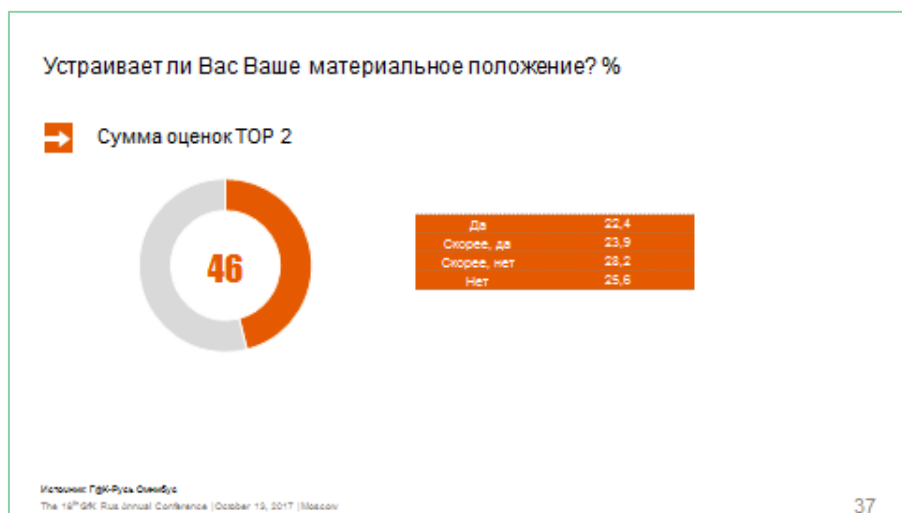


Рис. 3



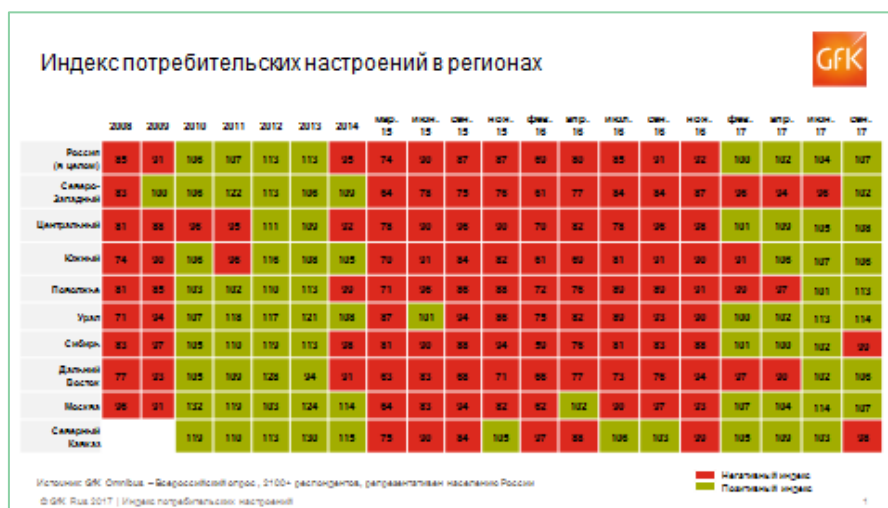
5

Рис. 4



37

Рис. 5



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 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. Исследования GfK показывают, что изменения Индекса являются предвестником изменений спроса в перспективе 3-6 месяцев - в зависимости от категории товаров.

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

Как рассчитывается Индекс 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 пограничную или 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 — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях и ведущий эксперт в сфере анализа данных в 100 странах мира. Более 13 000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, интернет и медиа-бизнес, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте www.GfK.com/ru/ или в Твиттере GfK: https://twitter.com/GfK_Rus