

Пресс-релиз

Время больших надежд

Исследование GfK: как россияне оценивают итоги уходящего года и чего ожидают от нового

14 декабря 2017

Отдел коммуникаций GfK Rus
Т + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Индекс потребительских настроений - в позитивной зоне во всех регионах России

Москва, 14 декабря 2017 - По данным Всероссийского опроса GfK, Индекс потребительских настроений в России по итогам 4 квартала 2017 года составил 103 пункта. И хотя показатели Индекса снизились по сравнению с 3-м кварталом на 4 пункта, потребительские настроения остаются в позитивной зоне вот уже 4-й квартал подряд.

При этом впервые с начала кризиса позитивные настроения зарегистрированы во всех регионах России. В 4-м квартале произошла коррекция потребительских настроений в Сибири и на Северном Кавказе, где в 3-м квартале Индекс оказался в негативной зоне.

Индекс потребительских настроений складывается из показателей Индекса текущего состояния (оценок потребителями своего финансового положения и состояния национальной экономики) и Индекса ожиданий (оценки потребителями аналогичных показателей в будущем). В 4-м квартале 2017 года впервые с 2014 года Индекс текущего состояния вышел в позитивную зону.

«Мы можем сказать, что, несмотря на тревоги и трудности текущего момента, Индекс потребительских настроений в России вышел на докризисный уровень по всем показателям», - комментирует результаты исследования Александр Демидов, генеральный директор (CEO) GfK Rus.

Индекс потребительских настроений в регионах России



	2006	2009	2010	2011	2012	2013	2014	мар. 15	июн. 15	сен. 15	ноя. 15	фев. 16	апр. 16	июл. 16	сен. 16	ноя. 16	фев. 17	апр. 17	июн. 17	сен. 17	ноя. 17
Россия (в целом)	85	91	106	107	113	113	95	74	90	87	87	89	80	85	91	92	100	102	104	107	103
Самаро-Дальний	83	100	106	122	113	106	102	84	78	75	76	81	77	84	84	87	98	94	95	102	106
Центральный	81	88	98	95	111	100	92	78	90	90	90	70	82	78	98	98	101	100	105	108	114
Южные	74	90	106	98	116	106	105	70	91	84	82	81	80	81	91	90	91	106	107	106	112
Поволжье	81	85	103	102	110	112	92	71	98	88	88	72	76	80	80	91	90	97	101	112	116
Урал	71	94	107	118	117	121	108	87	101	94	88	75	82	80	93	90	100	102	113	114	111
Сибирь	83	97	105	110	110	112	98	81	90	88	94	90	78	81	83	88	101	100	102	99	113
Дальний Восток	77	92	105	103	128	94	91	83	83	88	71	86	77	73	78	94	97	90	102	106	103
Москва	98	91	122	113	103	104	114	84	83	94	82	82	102	90	97	93	107	104	114	107	106
Северный Кавказ			110	110	113	100	115	75	90	84	105	97	88	108	102	90	105	100	103	98	114

Источник: GfK Омбиз – Всероссийский опрос, 2100 респондентов, репрезентативен населению России
© GfK Россия 2017 | Индекс потребительских настроений

■ Негативный индекс
■ Позитивный индекс

2

Уверенность в будущем отражается и в том, как люди оценивают прошедший год и чего ожидают в новом году (см. Приложения ниже).

Исследователи GfK спросили россиян, как они оценивают уходящий год для себя и для страны, и каким, по их мнению, будет будущий год.

53% опрошенных сообщили, что 2017 год был для них и их семьи «хорошим или скорее хорошим, чем плохим». В 2016 году таких было 45%.

Доля тех, кто сообщил, что год был «скорее плохим или плохим» составила 13%, что на 3 п.п. ниже, чем 2016 году (16%).

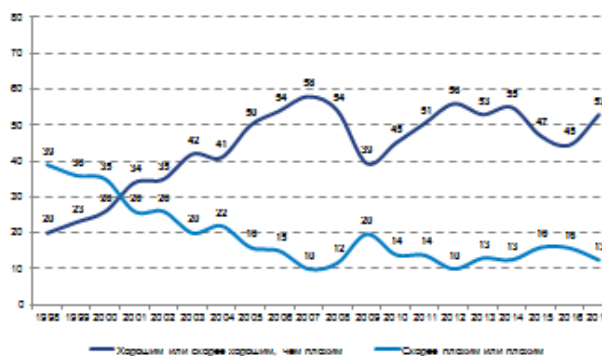
И, можно сказать, что Россия с надеждой смотрит в будущее. По данным исследования GfK, 81% россиян ожидают, что 2018 год будет для них и их семьи «хорошим или скорее хорошим». Это самый высокий показатель за все время изучения ожиданий потребителей. Для сравнения: в относительно беззаботное время экономического роста в 2006-2007 году доля тех, кто с уверенностью смотрел в будущее, достигала 78-79%.

При этом произошел прорыв в оценках потребителями итогов года и перспектив для страны: 41% говорят, что уходящий год для России был «хорошим или скорее хорошим». Итоги 2016 года оценивали как позитивные лишь 28% опрошенных.

И 75% опрошенных считают, что 2018 год должен быть для России «хорошим или скорее хорошим». Столь высоко граждане страны оценивали перспективы России лишь в 2006 году (74%).

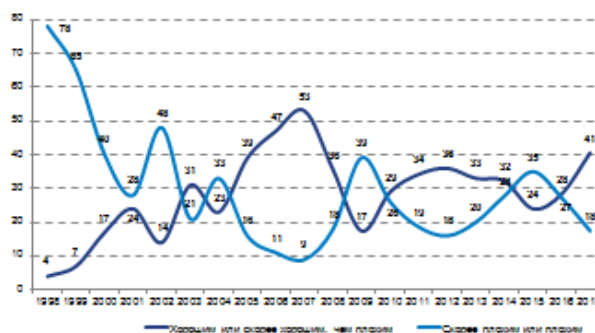
Приложения

Уходящий год для Вас и Вашей семьи



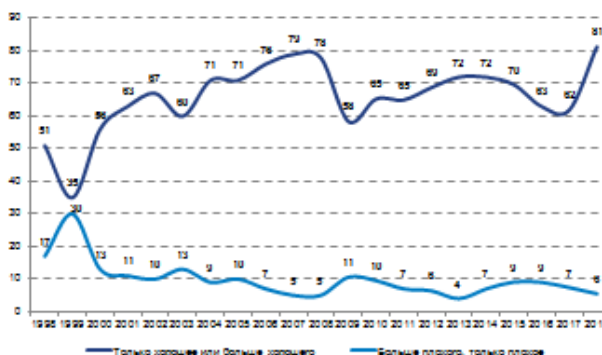
Р.1. Вам и семье был 2017 год лучше или хуже, чем прошле или прошле? % от всех опрошен. (Возраст от 18 до 74 лет)
 © GfK Россия 2017 | Индекс потребительских настроений | Источник: Евразийский Центр GfK

Уходящий год для страны

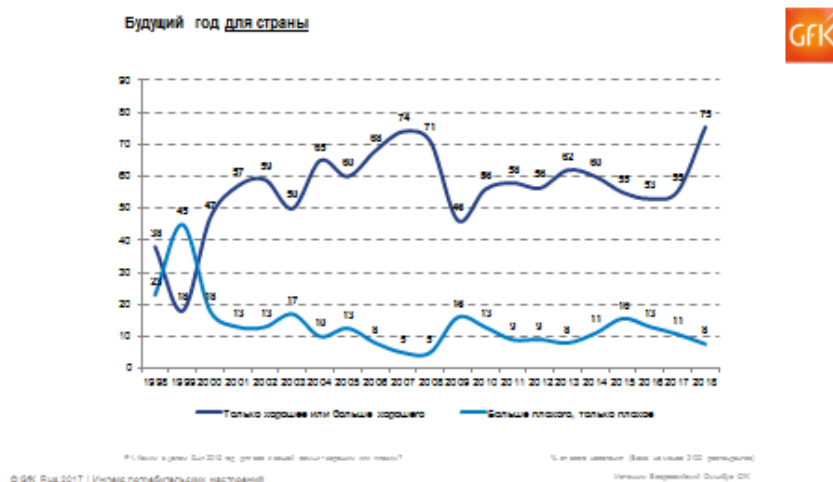


Р.1. Вам и семье был 2017 год лучше или хуже, чем прошле или прошле? % от всех опрошен. (Возраст от 18 до 74 лет)
 © GfK Россия 2017 | Индекс потребительских настроений | Источник: Евразийский Центр GfK

Будущий год для Вас и Вашей семьи



Р.1. Вам и семье был 2017 год лучше или хуже, чем прошле или прошле? % от всех опрошен. (Возраст от 18 до 74 лет)
 © GfK Россия 2017 | Индекс потребительских настроений | Источник: Евразийский Центр GfK



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 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 своим клиентам условия для роста. Это то, что мы называем "Growth from Knowledge".

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