

Пресс-релиз

26 декабря 2019

Отдел коммуникаций

T + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Исследование GfK: Индексы потребительских настроений в России

Большинство россиян полагает, что их личное финансовое положение «не изменилось за последние 12 месяцев»

Москва, 26 декабря, 2019 – По данным Всероссийского опроса GfK, Индекс потребительских настроений в 4 квартале 2019 года составил 99 пунктов, что на 3 пункта выше, чем в начале 2019 года, однако, по-прежнему остается в красной зоне негативных оценок (Индекс – меньше 100 пунктов).

По-прежнему, большинство россиян полагает, что их личное финансовое положение «не изменилось за последние 12 месяцев». Из позитивных новостей - на 6 пунктов (до 23%) уменьшилась доля отметивших ухудшение материального положения.

Готовность совершать крупные покупки для дома - одна из составляющих общего Индекса потребительских настроений – с некоторыми флуктуациями держится в зеленой зоне преобладания положительных оценок с февраля 2018 года. Так, после небольшого снижения на 4 пункта весной 2019 года в ноябре 2019 года этот частный Индекс вновь вырос, до 105 пунктов. Конечно, эти показатели очень далеки до готовности тратить, которые компания GfK фиксировала в 2011-2013 года. Тогда Индекс «Готовность покупать» достигал 124 пункта.

В ходе исследования потребительских настроений, GfK также изучает готовность делать сбережения. Это показатель все еще остается в красной зоне (Индекс меньше 100 пунктов).

На уровне регионов наблюдается заметный разброс в потребительских настроениях. Так, по итогам 2019 года (среднее по всех замеров Индекса потребительских настроений за год), в число регионов с преобладанием оптимистичных настроений входят Москва и Северо-Кавказский регион. Среди жителей Южного федерального

округа, Сибири и Дальнего Востока, доля негативных оценок по-прежнему превышает позитивные.

Об Индексе потребительских настроений

Индекс потребительских настроений основывается на результатах опроса по общенациональной выборке (2100 респондентов), репрезентирующей мнение взрослого (старше 16 лет) населения страны в городской и сельской России. Респонденты отвечают на вопросы, касающиеся текущего материального положения семьи и ожиданий его изменения, перспектив развития экономики страны, готовности делать крупные покупки. Общий Индекс потребительских настроений складывается из показателей частных индексов (материальное состояние, состояние экономики, готовность покупать) и рассчитан как разница между положительными и отрицательными ответами. Максимальный показатель – 200 пунктов, 100 пунктов – «водораздел» между пессимистичными и оптимистичными настроениями. Если показатели Индекса выше 100, значит настроения оцениваются как оптимистичные, если ниже – как пессимистичные.

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/GfKRussia>.