

Пресс релиз

Исследование GfK: Потребительские настроения в России в 1 кв. 2017 года

30 марта, 2017

Наталья Игнатьева
Natalia.Ignatyeva@gfk.com
+7 926 762 7336

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com
+ 7 495 937 7222

Пять из девяти регионов – в зоне оптимизма

Москва, 30 марта 2017 – Впервые с 2014 года потребительские настроения в целом по России – в шаге от позитива. По данным Всероссийского исследования GfK, проведенного в 1 квартале 2017 г., Индекс потребительских настроений в России достиг 100 пунктов – что сразу на 8 пунктов больше, чем в декабре 2016 года (92).

«В первом квартале 2017 года Индекс потребительских настроений достиг 100 пунктов - показателя, разделяющего негативную и позитивную зону оценки потребителями ситуации в экономике и собственных финансах, - говорит Александр Демидов, генеральный директор GfK Rus. И мы видим улучшения потребительских настроений во всех федеральных округах России. Быстрее других Индекс потребительских настроений восстанавливался на Урале, в Сибири и в Москве».

При этом, в пяти из девяти Федеральных округов России настроения потребителей - уже в позитивной зоне (Индекс выше 100 пунктов, см. Таб. 1). В числе регионов, где в 1 квартале 2017 года потребители настроены оптимистично, - Центральный ФО, Сибирь, Северный Кавказ и Москва. В Уральском регионе настроения, как и в целом по России, – в нейтральной зоне и близки к позитивным (100). В негативной зоне - хотя уже и с улучшившимися показателями Индекса - пока остаются Южный ФО, Поволжье и Дальний Восток.

Интересно, что впервые за время исследований GfK, потребительские настроения в Сельской России – в позитивной зоне (105), тогда как настроения жителей Городской России пока все еще в некотором минусе (98).

Индекс потребительских настроений отражает, как люди оценивают текущую ситуацию в экономике страны, свое финансовое состояние и ожидания на будущее. Настроения потребителей оказывают непосредственное влияние на готовность тратить на товары и услуги.

О том, как потребительские настроения влияют на покупки, эксперты GfK расскажут на Кронберг-конференции - форсайт-мероприятии GfK для стратегов в сфере FMCG, ритейл и фармацевтики, которая состоится 6 апреля в Москве.

Программа и регистрация: <http://www.gfk.com/ru/insaity/event/v->

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:
Dr. Gerhard Hausruckinger
(Speaker of the Management Board)
Christian Diedrich (CFO)
David Krajicek
Alessandra Cama

Chairman of the Supervisory Board:
Ralf Klein-Börling

Commercial register
Nuremberg HRB 25014

[rossiiskaja-konferencija-gfk-kronberger-kreis/](#)

Таб.1 Индекс потребительских настроений GfK по России и ее отдельным регионам за период с 2008 по 2016 г.г. Данные Всероссийского омнибусного исследования GfK.

	2008	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
Россия (в целом)	85	91	106	107	113	113	95	74	90	87	87	69	80	85	91	92	100
Северо-Западный	83	100	106	122	113	106	109	64	78	75	76	61	77	84	84	87	96
Центральный	81	88	96	95	111	109	92	78	90	96	90	70	82	78	96	98	101
Южный	74	90	106	96	116	108	105	70	91	84	82	61	69	81	91	90	91
Поволжье	81	85	103	102	110	113	99	71	96	86	88	72	76	89	89	91	99
Урал	71	94	107	118	117	121	108	87	101	94	86	75	82	89	93	90	100
Сибирь	83	97	105	110	119	113	98	81	90	88	94	59	76	81	83	88	101
Дальний Восток	77	93	105	109	128	94	91	63	83	68	71	66	77	73	76	94	97
Москва	96	91	132	119	103	124	114	64	83	94	82	62	102	90	97	93	107
Северный Кавказ			119	110	113	130	115	75	90	84	105	97	88	106	103	99	105

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 IV квартале 2016 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 Потребительской панели GfK

С 1996 года Потребительская панель GfK (Панель домашних хозяйств) собирает данные о покупках домохозяйств, состоящих в выборке, являющейся репрезентативной для всего населения страны. Панель – это одни и те же домохозяйства, которые сканируют свои покупки на постоянной основе 365 дней в году.

На сегодняшний день выборка Панели - 10 тыс. домохозяйств в городской и сельской России, что в пересчете на конечных пользователей составляет 26 000 конечных респондентов.



О компании GfK

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике 80-летний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское и медиа-поведение, а также продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, 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/ и Facebook <https://www.facebook.com/GfKRussia>