**ВНИМАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ: Потребительские ожидания в России в III квартале 2019 года**

Росстат представляет итоги выборочного обследования потребительских ожиданий населения за III квартал 2019 года.

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| Индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, в III квартале 2019 г. по сравнению со II кварталом 2019 г. возрос на 2 процентных пункта и составил (-13%). | |
|  | |
| Индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в России на краткосрочную перспективу повысился с (-10%) во II квартале 2019 года до (-9%) в III квартале 2019 года. | |
| Доля респондентов, положительно оценивающих  изменения в экономике России в течение следующих 12-ти месяцев, в III квартале 2019 г. по сравнению со II кварталом 2019 г. увеличилась на 1 процентный пункт и составила 16% (во II квартале 2019 г. – 15%). Доля негативных оценок уменьшилась до 28% (во II квартале 2019 г. – 29%). Доля респондентов, считающих, что экономическая ситуация в России останется прежней, возросла до 54% (во II квартале 2019 г. – 52%). | |
| Индекс произошедших изменений в экономике Россииувеличился на 3 процентных пункта и составил (-16%) против (-19%) во II квартале 2019 года. | |
| Доля респондентов, положительно оценивающих произошедшие изменения в экономической ситуации, по сравнению со II кварталом 2019 г. не изменилась и составила 12%. Доля отрицательных оценок снизилась до 39%  против 42% во II квартале 2019 года. Доля нейтральных оценок увеличилась до 49% (во II квартале  2019 г. – 46%). | |
| **Индекс ожидаемых изменений в личном материальном положении** в III квартале 2019 г. возрос на 1 процентный пункт и составил (-5%) против (-6%) во II квартале 2019 года. | |
| Доля респондентов, ожидающих ухудшения своего материального положения в течение следующих 12-ти месяцев, по сравнению со II кварталом 2019 г. снизилась до 18% против 19% во II квартале 2019 года. Доля нейтральных оценок возросла до 68% (во II квартале 2019 г. – 67%). | |
| **Индекс произошедших изменений в личном материальном положении** возрос на 2 процентных пункта и составил (-10%) против (-12%) во II квартале 2019 года. | |
| Доля респондентов, положительно оценивающих изменения в своем материальном положении в течение года, в III квартале 2019 г. по сравнению со II кварталом 2019 г. уменьшилась на 1 процентный пункт и составила 10%. Доля отрицательных оценок уменьшилась до 27% (во II квартале 2019 г. – 32%). Доля нейтральных оценок возросла до62% (во II квартале 2019 г. – 56%). | |
|  | |
| **Индекс благоприятности условий для крупных покупок** повысился на 1 процентный пункт и составил (-25%) против (-26%) во II квартале 2019 года. **Индекс благоприятности условий для сбережений** возрос на 1 процентный пункт и составил (-35%) против (-36%) во II квартале 2019 года. | |
|  | |
|  | |
|  | |
| Индекс потребительской уверенности по возрастным группам | |
| в процентах | |
|  | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | *II квартал  2019 г.* | *III квартал  2019 г.* | *III квартал 2019 г. ко  II кварталу 2019 г. (+,-)* | | Молодое поколение   (в возрасте от 16 до 29 лет) | -10 | -7 | +3 | | Лица среднего  возраста   (от 30 до 49 лет) | -15 | -12 | +3 | | Лица старшего возраста    (50 лет и более) | -16 | -15 | +1 | | |
| Индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в России | |
|  | |
| в процентах | |
|  | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | *II квартал  2019 г.* | *III квартал  2019 г.* | *III квартал 2019 г. ко  II кварталу 2019 г. (+,-)* | | Молодое поколение   (в возрасте от 16 до 29 лет) | -8 | -3 | +5 | | Лица среднего  возраста   (от 30 до 49 лет) | -10 | -10 | 0 | | Лица старшего возраста    (50 лет и более) | -10 | -10 | 0 | | |
| Индекс потребительской уверенности в России и странах ЕС1) | |
|  | |
| |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  | *Май 2019 г.* | *Август 2019 г.* |  | *Май 2019 г.* | *Август 2019 г.* | | **Россия** | **-14,6** | **-12,9** |  |  |  | | Австрия | 0,0 | -2,0 | Люксембург | 0,3 | -0,3 | | Бельгия | -8,4 | -11,4 | Мальта | 6,6 | 6,5 | | Болгария | -25,5 | -27,4 | Нидерланды | -7,8 | -7,8 | | Великобритания | -8,3 | -11,4 | Польша | 2,6 | 5,5 | | Венгрия | -5,0 | -2,1 | Португалия | -9,7 | -8,3 | | Германия | -1,4 | -3,9 | Румыния | -9,9 | -10,2 | | Греция | -29,5 | -8,2 | Словакия | -8,6 | -8,7 | | Дания | 6,0 | 5,1 | Словения | -7,9 | -9,0 | | Ирландия | 3,2 | -6,4 | Финляндия | -2,7 | -4,8 | | Испания | -3,7 | -6,2 | Франция | -9,5 | -7,7 | | Италия | -12,1 | -12,9 | Хорватия | -2,4 | -4,5 | | Кипр | -8,8 | -7,4 | Чехия | 0,1 | 2,0 | | Латвия | -3,6 | -3,6 | Швеция | -2,0 | -1,2 | | Литва | 6,3 | 7,1 | Эстония | 1,2 | 2,9 | | *1) Источник информации: электронная база данных Евростата (по всем странам, кроме России).* | | | | | | |
| МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ | |
|  | |
| Регулярные опросы потребительского поведения населения в России проводятся Росстатом с 1998 г. ежеквартально (в феврале, мае, августе и ноябре). С 2015 г. в опросе принимают участие 5,1 тыс. человек в возрасте 16 лет и старше, проживающих в частных домохозяйствах, во всех субъектах Российской Федерации. | | |
| **Анкета обследования** включает вопросы о субъективном мнении респондента об общей экономической ситуации и личном материальном положении, о ситуации на рынках товаров (услуг) и сбережений. Ответы респондентов распределяются по следующим вариантам: | | |
| – определенно положительные или определенно отрицательные (очень хорошее, очень благоприятное/очень плохое, совсем неблагоприятное); | | |
| – скорее положительные или скорее отрицательные (хорошее, скорее благоприятное/плохое, скорее неблагоприятное); | | |
| – нейтральные (среднее, «плюсов» и «минусов» одинаково). | | |
| Согласно методике Европейской Комиссии, рассчитываются значения частных индексов и обобщающего индекса потребительской уверенности населения. | | |
| Частные индексы  рассчитываются на основе сведения баланса оценок респондентов (в процентах) по соответствующему вопросу анкеты. | | |
| **Баланс оценок** представляет собой разность между суммой долей (в процентах) определенно положительных и ½ скорее положительных ответов и суммой долей (в процентах) определенно отрицательных и ½ скорее отрицательных ответов. Нейтральные ответы не принимаются во внимание. | | |
| Обобщающий (композитный) индекс – **индекс потребительской уверенности** - рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения (1 – 2), произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России (3 – 4), благоприятности условий для крупных покупок (5). | | |
| Полученная в результате обследования потребительских ожиданий населения информация может быть использована, наряду с количественными статистическими данными, для анализа поведенческой модели населения на потребительском рынке, а также при оценке влияния потребительской активности на состояние экономики в целом.  http://souz-potrebiteley.ru/main/news/ | | |