

# Ñìàä ñïðîñà íà îòðåáèòåëüñêèå òîâàðû â Ðîññèè îáèë ðåéîðä

01.02.2023 á.

ÓÐÔî, 26 ýíâàðý, Óðàëë.Èiôî.Ru. Íàäåíèå ñïðîñà íà îòðåáèòåëüñêèå òîâàðû îáèë ðåéîðä êðèçèñà 2014 áïäà. Â 2022 áïäó íà ðåéîðä 2014–2015 áïäî, ñëåäóåò èç äàííûõ èññéåäîâàòåëüñêèé êíèíäièè NielsenIQ, ñ êiòîðûìè îçíåéñéèñý ÐÁÈ.

{hsimage}Â ñâîâà ìò÷åòà ï ëòîâàì 2022 áïäà èññéåäîâàòåëè ìòìå÷àþò, -òî îíèíäeüûé ðîñò ðûíéà FMCG-òîâàðîâ (òîâàðîâ ïïâñâå ðîñéè îðåèíóùâñòâåíí çà ñ÷åò èíôëýöèííîí óâåëè÷åèý öåí &mdash; áêëàä èíôëýöèè ñîñòâåèé 17%. Îðè ýòî áêëàä ðåàëüííà ï Äëý ñðàâåíéý: â 2015 áïäó îðåàæé â íàðóðåëüíîí áûðàæáéè ñíèçèéñû íà 1,5%, à áêëàä èíôëýöèè ñîñòâåèé 14,1%, çà ñ÷åò &mdash; á áïä îðåàæíéý ÷åíèíàòà ìèðà ï ôóðåíéò â Ðîññè &mdash; áêëàä ðåàëüííà ñïðîñà â ðîñò íàðîòà ðûíéà áûé áûøå, - Êàé îíñíýþò èññéåäîâàòåëè, ñíèæåíèå îðåàæé â íàðåóþ ï÷åðåäü ñâýçàíí ñî ñíèæåíéàí ðåàëüíûõ ðàñíèäàåíûõ äîòîâà, êiòîðûå Ðàíåå Óðàëë.Èiôî.Ru ìèñàë í òî, -òî á Òþìåíñêé íàëàñòè îäíðîæàëè òîâàðû íåñéñëüèõ êàòåäîðèé, á ÷-èñéà êiòîðûõ è îðåàæíéý

© Áðêàæéé ßíñíí.

Ôiòi: Íëüääà þøêîâà.