

2020년 새해 전망

Gallup International End of Year Survey 다국가 비교 조사

2020년 국가 경제 전망(한국만) | 살림살이 전망(Hope Index) | 삶에 대한 주관적 행복감(Happiness Index)

세계 조사 개요

2019년 11~12월 46개국 성인 총 45,676명 면접/전화/온라인조사

한국 조사 개요

- 조사기간: 2019년 11월 8~28일
- 표본추출: 2단계 층화 집락 무작위 추출-지점 내 성·연령별 할당
- 응답방식: 개별 면접조사
- 조사대상: 전국(제주 제외) 만 19세 이상 1,500명
- 응답률: 32%(총 접촉 4,661명 중 1,500명 응답 완료)
- 표본오차: ±2.5%포인트(95% 신뢰수준)
- 의뢰처: 한국갤럽 자체 조사

갤럽리포트 G20191227



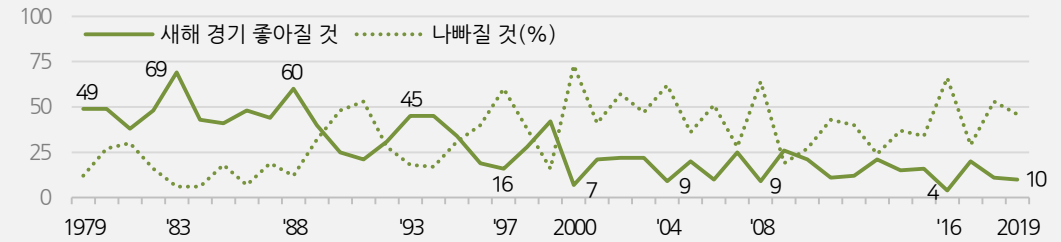
◎ 한국인의 새해(내년) 경기, 살림살이 전망: 1979~2019년

조사시기	경기 전망			살림살이 전망		
	좋아질 것	나빠질 것	비슷할 것	좋아질 것	나빠질 것	비슷할 것
1979년	49%	12%	11%	60%	13%	12%
1980년	49%	27%	14%	51%	31%	11%
1981년	38%	30%	28%	44%	15%	34%
1982년	48%	16%	30%	45%	8%	41%
1983년	69%	6%	16%	66%	5%	25%
1984년	43%	6%	43%	56%	9%	29%
1985년	41%	18%	33%	51%	15%	30%
1986년	48%	7%	41%	56%	6%	36%
1987년	44%	19%	14%	58%	8%	25%
1988년	60%	12%	15%	62%	7%	25%
1989년	40%	32%	22%	56%	10%	31%
1990년	25%	48%	15%	43%	23%	28%
1991년	21%	53%	16%	39%	22%	32%
1992년	31%	28%	30%	35%	15%	43%
1993년	45%	18%	25%	45%	9%	40%
1994년	45%	17%	29%	47%	9%	40%
1995년	34%	31%	27%	49%	12%	36%
1996년	19%	40%	35%	27%	22%	47%
1997년	16%	60%	19%	16%	44%	35%
1998년	28%	38%	31%	24%	30%	43%
1999년	42%	16%	38%	32%	16%	49%
2000년	7%	73%	17%	17%	43%	37%
2001년	21%	41%	32%	25%	27%	44%
2002년	22%	57%	16%	33%	30%	32%
2003년	22%	47%	29%	30%	27%	40%
2004년	9%	62%	27%	14%	45%	39%
2005년	20%	36%	41%	26%	25%	47%
2006년	10%	51%	35%	23%	30%	45%
2007년	25%	28%	43%	29%	20%	47%
2008년	9%	64%	24%	14%	44%	39%
2009년	26%	19%	52%	26%	15%	56%
2010년	21%	27%	50%	26%	20%	53%
2011년	11%	43%	43%	18%	28%	52%
2012년	12%	40%	46%	17%	27%	54%
2013년	21%	24%	54%	21%	16%	61%
2014년	15%	37%	48%	20%	25%	54%
2015년	16%	34%	49%	21%	25%	54%
2016년	4%	66%	28%	11%	42%	45%
2017년	20%	29%	49%	19%	22%	58%
2018년	11%	53%	36%	11%	41%	48%
2019년	10%	46%	42%	12%	29%	57%

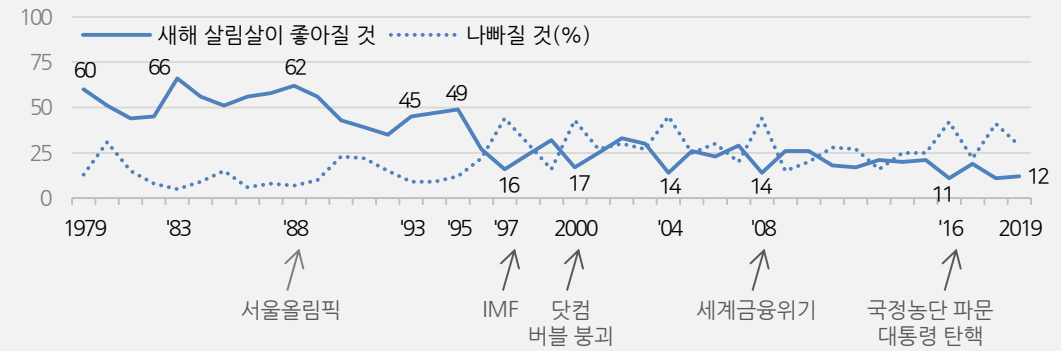
*매년 말 전국(제주 제외) 성인 1,500명 면접조사 결과. 갤럽리포트 www.gallup.co.kr

한국인의 새해(내년) 경기, 살림살이 전망: 1979~2019년

◎ 한국인의 새해(내년) 경기 전망: 1979~2019년



◎ 한국인의 살림살이 전망



*연도는 조사 시기. 매년 말 전국(제주 제외) 성인 1,500명 면접조사 결과. 갤럽리포트 www.gallup.co.kr

한국인의 2020년 살림살이, 국가 경제(경기) 전망

질문) 귀댁의 살림살이가 2020년인 내년에 어떠할 것이라고 보십니까?

올해보다 '좋아질 것', '나빠질 것', '비슷할 것' 중에서 말씀해 주십시오.

2019년 11월 8~28일 면접조사	조사원료 사례수 (명)	가중적용 사례수 (명)	살림살이 전망				Net Score (1)-(2)
			좋아질 것 (1)	나빠질 것 (2)	비슷할 것	모름/ 응답거절	
한국 전체	1,500	1,500	12%	29%	57%	2%	-17
성별							
남성	748	743	12%	32%	54%	3%	-20
여성	752	757	12%	26%	60%	2%	-14
연령별							
19-29세	301	259	16%	20%	62%	3%	-4
30대	300	248	14%	28%	55%	3%	-14
40대	300	292	11%	30%	57%	1%	-19
50대	301	301	14%	27%	57%	2%	-13
60대 이상	298	400	8%	36%	54%	3%	-28
성/ 연령별							
남성 19-29세	150	136	14%	21%	61%	4%	-7
남성 30대	150	128	10%	30%	55%	4%	-20
남성 40대	150	148	11%	37%	52%	1%	-26
남성 50대	149	152	14%	27%	56%	3%	-13
남성 60대 이상	149	180	10%	41%	47%	2%	-31
여성 19-29세	151	123	17%	19%	63%	1%	-2
여성 30대	150	121	18%	26%	54%	2%	-8
여성 40대	150	143	12%	23%	63%	1%	-11
여성 50대	152	150	14%	26%	59%	2%	-12
여성 60대 이상	149	220	7%	31%	59%	3%	-24
직업별							
농/임/어업	22	25	-	-	-	-	-
자영업	195	214	12%	33%	53%	2%	-21
블루칼라	545	528	11%	30%	55%	4%	-19
화이트칼라	324	295	14%	27%	58%	1%	-13
가정주부	256	282	11%	26%	63%	1%	-15
학생	83	72	17%	18%	63%	1%	-1
무직/은퇴/기타	75	83	12%	35%	51%	2%	-23
지역별							
서울	300	294	17%	31%	51%	1%	-14
인천/경기	450	465	6%	34%	54%	6%	-28
강원	49	46	-	-	-	-	-
대전/세종/충청	150	160	9%	23%	66%	2%	-14
광주/전라	160	150	31%	13%	56%		18
대구/경북	150	151	4%	39%	56%	0%	-35
부산/울산/경남	241	234	11%	25%	64%		-14

*Net Score: 순(純) 지수, 낙관-비관 격차. 50사례 미만은 수치를 제시하지 않음. 갤럽리포트

질문) 내년에는 우리나라 경제가 어떠할 것이라고 보십니까?

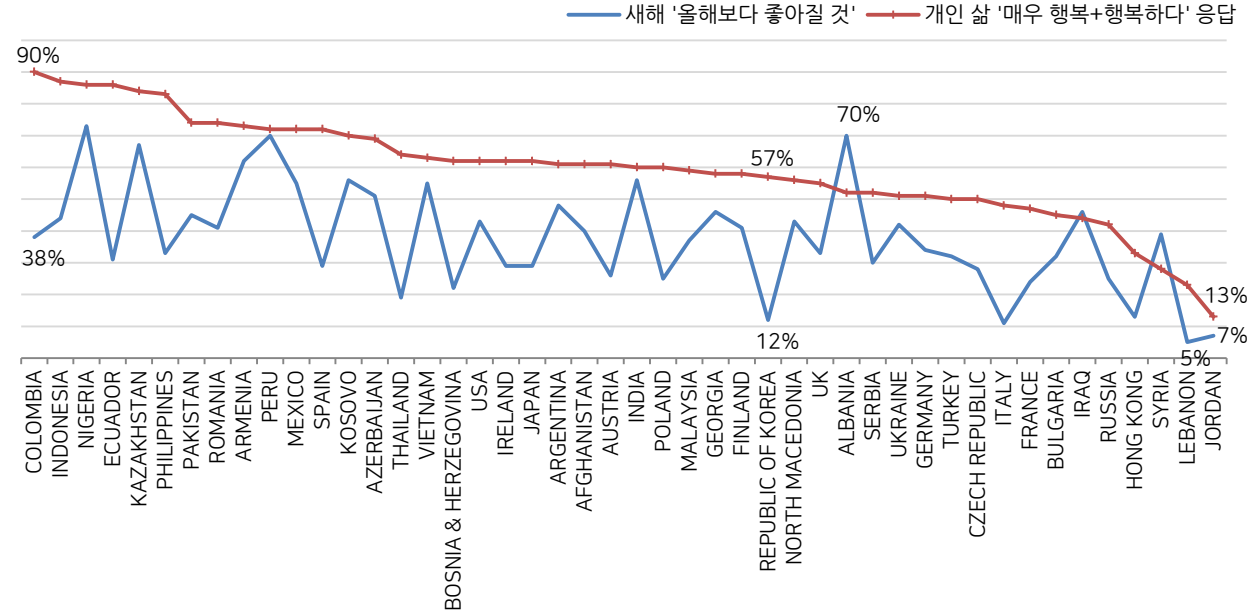
올해보다 '좋아질 것', '나빠질 것', '비슷할 것' 중에서 말씀해 주십시오.

2019년 11월 8~28일 면접조사	조사원료 사례수 (명)	가중적용 사례수 (명)	국가 경제 전망				Net Score (1)-(2)
			좋아질 것 (1)	나빠질 것 (2)	비슷할 것	모름/ 응답거절	
한국 전체	1,500	1,500	10%	46%	42%	2%	-36
성별							
남성	748	743	9%	47%	41%	3%	-38
여성	752	757	11%	45%	43%	2%	-34
연령별							
19-29세	301	259	10%	40%	47%	3%	-30
30대	300	248	13%	40%	46%	2%	-27
40대	300	292	10%	48%	40%	1%	-38
50대	301	301	10%	47%	40%	3%	-37
60대 이상	298	400	8%	51%	38%	3%	-43
성/ 연령별							
남성 19-29세	150	136	8%	42%	46%	4%	-34
남성 30대	150	128	13%	43%	42%	2%	-30
남성 40대	150	148	10%	52%	37%	1%	-42
남성 50대	149	152	9%	43%	45%	3%	-34
남성 60대 이상	149	180	7%	54%	36%	3%	-47
여성 19-29세	151	123	11%	39%	48%	2%	-28
여성 30대	150	121	13%	37%	49%	1%	-24
여성 40대	150	143	10%	45%	43%	1%	-35
여성 50대	152	150	12%	50%	36%	2%	-38
여성 60대 이상	149	220	9%	48%	40%	3%	-39
직업별							
농/임/어업	22	25	-	-	-	-	-
자영업	195	214	9%	48%	40%	3%	-39
블루칼라	545	528	9%	44%	44%	3%	-35
화이트칼라	324	295	14%	44%	40%	1%	-30
가정주부	256	282	9%	46%	43%	1%	-37
학생	83	72	9%	40%	48%	4%	-31
무직/은퇴/기타	75	83	11%	56%	30%	3%	-45
지역별							
서울	300	294	15%	43%	41%	1%	-28
인천/경기	450	465	5%	53%	37%	5%	-48
강원	49	46	-	-	-	-	-
대전/세종/충청	150	160	11%	40%	47%	2%	-29
광주/전라	160	150	20%	29%	50%	1%	-9
대구/경북	150	151	6%	59%	33%	2%	-53
부산/울산/경남	241	234	10%	39%	50%	0%	-29

*Net Score: 순(純) 지수, 낙관-비관 격차. 50사례 미만은 수치를 제시하지 않음. 갤럽리포트

국가별 2020년 전망 & 주관적 행복감

◎ 국가별 2020년 낙관론 vs 주관적 행복감



*새해 전망 척도: 올해보다 좋아질 것 / 나빠질 것 / 비슷할 것

*주관적 행복감 척도: 매우 행복하다 / 행복하다 / 어느 쪽이라고 말할 수 없다 / 행복하지 않다 / 전혀 행복하지 않다

*2019년 11~12월 46개국 성인 총 45,676명 면접/전화/온라인조사. Gallup International End of Year Survey 2019

2019년 11~12월 조사		국가별 2020년 전망				Net Score (1)-(2)
		좋아질 것 (1)	나빠질 것 (2)	비슷할 것	모름/응답거절	
46개국 전체 평균		37%	25%	31%	7%	12
국 관 高	1 NIGERIA	73%	12%	11%	5%	61
	2 PERU	70%	8%	17%	6%	62
	2 ALBANIA	70%	9%	19%	1%	61
	4 KAZAKHSTAN	67%	7%	21%	5%	60
	5 ARMENIA	62%	7%	25%	6%	55
	6 KOSOVO	56%	6%	32%	6%	50
	6 INDIA	56%	14%	16%	14%	42
	8 VIETNAM	55%	7%	37%	2%	48
	8 MEXICO	55%	18%	19%	7%	37
	10 AZERBAIJAN	51%	15%	13%	20%	36
	11 ARGENTINA	48%	25%	21%	6%	23
	11 GEORGIA	46%	13%	23%	18%	33
	11 IRAQ	46%	31%	22%	1%	15
	14 PAKISTAN	45%	31%	22%	2%	14
	15 INDONESIA	44%	7%	43%	7%	37
	16 NORTH MACEDONIA	43%	18%	35%	4%	25
	16 USA	43%	20%	27%	10%	23
	18 UKRAINE	42%	17%	26%	15%	25
	19 FINLAND	41%	11%	39%	9%	30
	19 ROMANIA	41%	21%	33%	6%	20
	21 AFGHANISTAN	40%	25%	32%	3%	15
	22 SYRIA	39%	34%	23%	4%	5
	23 COLOMBIA	38%	33%	27%	2%	5
	24 MALAYSIA	37%	21%	42%	-	16
	25 GERMANY	34%	19%	41%	5%	15
	26 PHILIPPINES	33%	10%	55%	3%	23
	26 UK	33%	30%	27%	10%	3
	28 BULGARIA	32%	22%	34%	12%	10
	28 TURKEY	32%	32%	28%	8%	0
	30 ECUADOR	31%	32%	33%	4%	-1
	31 SERBIA	30%	21%	47%	2%	9
	32 JAPAN	29%	12%	39%	20%	17
	32 IRELAND	29%	24%	41%	6%	5
	32 SPAIN	29%	35%	33%	4%	-6
	35 CZECH REPUBLIC	28%	29%	40%	4%	-1
	36 AUSTRIA	26%	24%	45%	6%	2
	37 RUSSIA	25%	23%	41%	11%	2
	37 POLAND	25%	31%	32%	12%	-6
	39 FRANCE	24%	24%	39%	12%	0
	40 BOSNIA & HERZEGOVINA	22%	50%	26%	2%	-28
	41 THAILAND	19%	41%	36%	4%	-22
	42 HONG KONG	13%	68%	14%	5%	-55
	43 REPUBLIC OF KOREA	12%	29%	57%	2%	-17
	44 ITALY	11%	59%	28%	3%	-48
	45 JORDAN	7%	60%	33%	-	-53
	46 LEBANON	5%	76%	19%	-	-71

*Net Score: 낙관-비관 격차(Hope Index, 희망지수). Gallup International End of Year Survey 2019

2019년 11~12월 조사		국가별 개인 삶에 대한 주관적 행복감				Net Score (1)-(2)
		행복하다 (1)	비행복 (2)	어느쪽도 아님	모름/응답거절	
46개국 전체 평균		59%	11%	28%	1%	48
행 복 高	1 COLOMBIA	90%	2%	7%	-	88
	2 INDONESIA	87%	1%	9%	2%	86
	3 ECUADOR	86%	1%	13%	1%	85
	3 NIGERIA	86%	8%	6%	1%	78
	5 KAZAKHSTAN	84%	1%	13%	2%	83
	6 PHILIPPINES	83%	5%	13%	-	78
	7 PAKISTAN	74%	9%	16%	-	65
	7 ROMANIA	74%	11%	16%	-	63
	9 ARMENIA	73%	3%	23%	1%	70
	10 PERU	72%	1%	26%	1%	71
	10 SPAIN	72%	3%	24%	1%	69
	10 MEXICO	72%	6%	20%	2%	66
	13 KOSOVO	70%	8%	20%	2%	62
	14 AZERBAIJAN	69%	3%	26%	2%	66
	15 THAILAND	64%	6%	30%	1%	58
	16 VIETNAM	63%	1%	35%	-	62
	17 BOSNIA & HERZEGOVINA	62%	5%	33%	-	57
	17 JAPAN	62%	4%	25%	9%	58
	17 IRELAND	62%	13%	25%	-	49
	17 USA	62%	17%	21%	1%	45
	21 AFGHANISTAN	61%	5%	33%	-	56
	21 ARGENTINA	61%	9%	27%	4%	52
	21 AUSTRIA	61%	9%	30%	1%	52
	24 POLAND	60%	9%	28%	3%	51
	24 INDIA	60%	10%	30%	-	50
	26 MALAYSIA	59%	13%	29%	-	46
	27 GEORGIA	58%	4%	37%	1%	54
	27 FINLAND	58%	11%	31%	1%	47
	29 REPUBLIC OF KOREA	57%	5%	37%	1%	52
	30 NORTH MACEDONIA	56%	10%	34%	1%	46
	31 UK	55%	17%	27%	1%	38
	32 SERBIA	52%	10%	38%	-	42
	32 ALBANIA	52%	15%	34%	-	37
	34 GERMANY	51%	10%	38%	1%	41
	34 UKRAINE	51%	18%	30%	1%	33
	36 CZECH REPUBLIC	50%	8%	41%	2%	42
	36 TURKEY	50%	12%	37%	-	38
	38 ITALY	48%	6%	45%	1%	42
	39 FRANCE	47%	9%	44%	-	38
	40 BULGARIA	45%	10%	40%	4%	35
	41 IRAQ	44%	39%	18%	-	5
	42 RUSSIA	42%	18%	34%	5%	24
	43 HONG KONG	33%	28%	39%	-	5
	44 SYRIA	28%	35%	36%	1%	-7
	45 LEBANON	23%	38%	40%	-	-15
	46 JORDAN	13%	51%	35%	2%	-38

*Net Score: 행복-비행복 격차(Happiness Index, 행복지수). Gallup International End of Year Survey 2019

주관적 행복감(Happiness Index)

질문) 귀하는 본인의 삶이 얼마나 행복하다고 생각하십니까, 혹은 행복하지 않다고 생각하십니까?
 - 매우 행복하다 / 행복하다 / 어느 쪽이라고 말할 수 없다 / 행복하지 않다 / 전혀 행복하지 않다

한국 조사	사례수 (명)	본인 삶의 행복감				Net Score (1)-(2)	
		행복하다 (1)	행복하지 않다 (2)	어느 쪽도 아니다	모름/ 응답거절		
2014년 10/29~11/25	1,500	54%	7%	39%	0%	47	
2015년 10/29~11/21	1,500	55%	9%	35%	1%	46	
2016년 11월 4~25일	1,500	49%	9%	42%	0%	40	
2017년 11월 8~28일	1,500	49%	7%	44%	0%	42	
2018년 11월 7~30일	1,500	46%	7%	47%	0%	39	
2019년 11월 8~28일	1,500	57%	5%	37%	1%	52	
성별	남성	743	54%	5%	40%	1%	49
	여성	757	61%	4%	34%	1%	57
연령별	19-29세	259	71%	2%	26%	1%	69
	30대	248	61%	3%	35%	1%	58
	40대	292	57%	5%	37%	0%	52
	50대	301	55%	3%	41%	1%	52
	60대 이상	400	49%	7%	42%	2%	42
성/ 연령별	남성 19-29세	136	70%	2%	26%	2%	68
	남성 30대	128	56%	3%	40%	1%	53
	남성 40대	148	52%	7%	42%	1%	45
	남성 50대	152	49%	5%	45%	1%	44
	남성 60대 이상	180	48%	6%	45%	1%	42
	여성 19-29세	123	72%	3%	25%	2%	69
	여성 30대	121	65%	2%	30%	2%	63
	여성 40대	143	63%	3%	33%	1%	60
	여성 50대	150	61%	2%	37%	3%	59
	여성 60대 이상	220	50%	8%	39%	3%	42
직업별	농/임/어업	25	-	0%	55%	-	-
	자영업	214	51%	7%	40%	2%	44
	블루칼라	528	56%	3%	40%	1%	53
	화이트칼라	295	64%	5%	31%	0%	59
	가정주부	282	60%	1%	38%	1%	59
	학생	72	82%	0%	18%	-	82
	무직/은퇴/기타	83	40%	16%	43%	2%	24
지역별	서울	294	64%	3%	32%	1%	61
	인천/경기	465	55%	5%	38%	3%	50
	강원	46	-	-	-	-	-
	대전/세종/충청	160	54%	6%	39%	1%	48
	광주/전라	150	60%	5%	35%	-	55
	대구/경북	151	43%	6%	50%	-	37
	부산/울산/경남	234	65%	2%	33%	-	63

* (1) = '매우 행복하다' + '행복하다', (2) = '행복하지 않다' + '전혀 행복하지 않다'

* Net Score: 행복-비행복 차이. 50사례 미만은 수치를 제시하지 않음. 갤럽리포트

응답자 특성표

주요 분석 단위별 표본오차(95% 신뢰수준 기준)와 지역/성/지지정당/직업/생활수준과 연령 분포 구성입니다. 2019년 7월 행정안전부 주민등록인구 기준 8개 권역/성/연령별 셀 가중 결과

응답자 특성표 2019년 11월 8~28일 면접조사		조사완료		가중값 적용		가중값 배율 (B/A)	표본오차 95% 신뢰수준
		사례수 (명)(A)	비율	사례수 (명)(B)	비율		
전체		1,500	100%	1,500	100%	1.00	±2.5%P
성별	남성	748	50%	743	50%	0.99	±3.6%P
	여성	752	50%	757	50%	1.01	±3.6%P
연령별	19-29세	301	20%	259	17%	0.86	±5.6%P
	30대	300	20%	248	17%	0.83	±5.7%P
	40대	300	20%	292	19%	0.97	±5.7%P
	50대	301	20%	301	20%	1.00	±5.6%P
	60대 이상	298	20%	400	27%	1.34	±5.7%P
지역별	서울	300	20%	294	20%	0.98	±5.7%P
	인천/경기	450	30%	465	31%	1.03	±4.6%P
	강원	49	3%	46	3%	0.93	±14.0%P
	대전/세종/충청	150	10%	160	11%	1.07	±8.0%P
	광주/전라	160	11%	150	10%	0.94	±7.7%P
	대구/경북	150	10%	151	10%	1.01	±8.0%P
	부산/울산/경남	241	16%	234	16%	0.97	±6.3%P

*표본오차는 조사완료 사례수 기준. 갤럽리포트 www.gallup.co.kr

*가중값 적용 사례수는 2019년 7월 행안부 주민등록인구 기준 지역/성/연령 셀 가중 결과

STRICTLY EMBARGOED UNTIL 00:01 (GMT) December 27th 2019

**A BETTER 2020 YEAR IS ANTICIPATED BY 37% OF THE GLOBAL POPULATION,
WHILE ONE IN FOUR TAKE A PESSIMISTIC VIEW ON THE COMING YEAR**

**according to the End of the Year Poll of Gallup International Association,
the oldest global tracking study in the world launched in 1977 by dr. George Gallup**

People living in the Middle East are predominantly pessimistic (52%), while those living in India and West Asia are predominantly optimistic.

On a country by country level, the most optimistic citizens concerning the new year are in Nigeria (73%), Peru and Albania (70%), Kazakhstan (67%) and Armenia (62%). On the pessimistic scale, the ranking is headed by Lebanon (76%), Hong Kong (68%), Jordan (60%) and Italy (59%).

The global hope and despair index are strongly influenced by the age and education - younger people (up to 34 years of age) and people with a higher education level are significantly more optimistic. Religion, in that respect, is not a deciding factor, with a bold exception - Hindu people are strongly optimistic "by nature".

Western Europe is the most pessimistic region after the Middle East, while non-EU European countries are almost two times more optimistic than the westerners. Americans are significantly more confident than the Russians in their expectations for a better new year. Nigeria – with the greatest population in Africa - lead this ranking every year.

For decades Gallup International Association has been measuring the perception of personal happiness around the globe. In the last couple of years, usually about one out of two inhabitants of the planet declare they are either *very* or *somewhat* happy. This year's results are no exception.

The top five countries according to the global happiness index are Columbia (88 points), Indonesia (86 points), Ecuador (85 points) and Kazakhstan (83 points), followed by Nigeria and the Philippines with 78 points each. The least happy countries are Jordan (-38 points), Lebanon (-15 points), Syria (-7 points), followed by Hong Kong and Iraq with 5 points each. Note that many of these countries have witnessed significant protests over the course of 2019.

Comparison to previous years shows that significantly less people in Russia, Hong Kong, Lebanon and Mexico are reporting happiness, while the latter is increasing strongly in Azerbaijan, Ecuador, Ukraine and Romania.

Kantcho Stoychev, President of GIA: "Our global hope and despair index, reflects first of all, the political and economic situation and the direction of development in every respective country through the eyes of

the ordinary people, while the happiness index reveals personal perceptions, closely related to a given national character. It seems that people around the world are about four times happier in their personal lives compared to their lives as citizens of their countries. Kazakhs, Armenians, Indians, Vietnamese, just to name a few, are both happy personally and socially optimistic, while Bosnians, Polish, Koreans and Spaniards are among those who report high levels of personal happiness, combined with high levels of social pessimism. Unhappy personally and socially pessimistic are, for example, the Lebanese and Jordanians, but Syrians and Iraqis are exactly on the opposite end of the scale - they show signs of social optimism, while unhappiness dominates their personal lives.

In general, social optimism and personal happiness are not related to the wealth of the respective country. The current political situation and its perspectives are the dominating factor."

Methodology:

The Gallup International End of Year Survey (EoY) is an annual tradition initiated by and designed under the chairmanship of Dr. George Gallup in 1977. It is conducted every year since then. This year it was carried out in 46 countries around the world.

Regions coverage:

- EU Total - combines EU West and EU East
- EU West – Austria, France, Germany, Ireland, Italy, Spain, Finland, UK
- EU East – Bulgaria, Czech Republic, Poland, Romania
- Non-EU Europe – Albania, Armenia, Bosnia&Herzegovina, Kosovo, North Macedonia, Moldova, Serbia, Ukraine, Georgia
- Latin America – Argentina, Columbia, Ecuador, Mexico, Peru
- East Asia – Hong Kong, Indonesia, Japan, Philippines, Republic of Korea, Thailand, Vietnam, Malaysia
- West Asia – Afghanistan, Azerbaijan, Kazakhstan, Pakistan, Turkey
- Middle East - Iraq, Syria, Lebanon, Jordan
- Africa – Nigeria
- USA, India and Russia are not included in any other regional category

Sample Size and Mode of Field Work:

A total of 45676 persons were interviewed globally. In each country a representative sample of around 1000 men and women was interviewed during November-December either face to face, via telephone or online.

The margin of error for the survey is between +3-5% at 95% confidence level."



About Gallup International

Gallup International Association (GIA) is the leading global independent association in market research and polling.

For over 70 years Gallup International Members have demonstrated their expert ability to conduct multi-country surveys on a comparable basis and deliver the highest quality. Our more than 100 Members and partners are leading national institutes with a profound local knowledge of research methods and techniques, statistical sources, customs and culture differences of its own country and carefully selected by the Association Board. With only one Member agency per country, Members work together on a daily basis to share knowledge, new research techniques and tools, as well as to provide the most appropriate solutions to international research projects and service our clients to the best of our abilities.

For more information:

Kancho Stoychev (in Sofia), +359 88 8611025

Johnny Heald (in London), +44 7973 600308

Ijaz Gilani / in Islamabad/, +92 300 8544656

For further details see website: www.gallup-international.com

Disclaimer: Gallup International Association or its members are not related to Gallup Inc., headquartered in Washington D.C. which is no longer a member of Gallup International Association. Gallup International Association does not accept responsibility for opinion polling other than its own. We require that our surveys be credited fully as Gallup International (not Gallup or Gallup Poll).



End of Year Survey 2019 Participants
(GIA Members and Partners presented in alphabetical order)

Country	Vendor Company	Sample size
AFGHANISTAN	ACSOR-Surveys	1 724
ALBANIA	Be Research LLC	993
ARGENTINA	Voices!	547
ARMENIA	MPG LLC (Marketing Professional Group)	1 517
AUSTRIA	Österreichisches Gallup Institut	1 000
AZERBAIJAN	SIAR Research and Consulting Group	500
BOSNIA & HERZEGOVINA	Mareco Index Bosnia	1 000
BULGARIA	Gallup International	829
COLOMBIA	Centro Nacional de Consultoría	1 202
CZECH REPUBLIC	MARECO Ltd. Praha	1 000
ECUADOR	CEDATOS	600
FINLAND	Taloustutkimus Oy	1 286
FRANCE	BVA	1 000
GEORGIA	GORBI	1 086
GERMANY	Österreichisches Gallup Institut	1 000
HONG KONG	CSG (Consumer Search Group)	537
INDIA	Impetus Research Pvt. Ltd	1 003
INDONESIA	Deka	1 033
IRAQ	IIACSS	1 000
IRELAND	Red C Research and Marketing	1 011



End of Year Survey 2018 Participants – *Contd.*
 (GIA Members and Partners presented in alphabetical order)

Country	Vendor Company	Sample size
ITALY	DOXA	1 217
JAPAN	NRC (Nippon Research Center)	1 153
JORDAN	MRO	1 000
KAZAKHSTAN	BISAM - CENTRAL ASIA	808
KOSOVO	Be Research LLC	1 013
LEBANON	MRO	1 000
MACEDONIA	BRIMA	1 210
MALAYSIA	C Force	810
MEXICO	BRAIN	500
NIGERIA	Market Trends International	1 000
PAKISTAN	Gallup Pakistan	1 000
PERU	DATUM Internacional	1 000
PHILIPPINES	PSRC (Philippines Survey & Research Center Inc.)	1 000
POLAND	MARECO POLSKA	1 016
REPUBLIC OF KOREA	Gallup Korea	1 500
ROMANIA	TNS CSOP	501
RUSSIA	Romir	1 500
SERBIA	TNS Medium Gallup	1 010
SPAIN	SIGMA DOS	1 089
SYRIA	Syrian & Levant Market Compass	686



End of Year Survey 2018 Participants – Contd.
(GIA Members and Partners presented in alphabetical order)

Country	Vendor Company	Sample size
THAILAND	Infosearch co.ltd	600
TURKEY	Barem	601
UK	ORB International (Opinion Research Business)	1 000
UKRAINE	Romir	2 043
USA	Survey Monkey	1 049
VIETNAM	Indochina Research	501