

The background of the slide is a photograph of a young man and woman in a shopping mall. The woman, on the left, has long brown hair and is wearing a light-colored blazer over an orange top. She is smiling and looking at a blue smartphone held in her hands. The man, on the right, has short brown hair and a beard, and is wearing a grey button-down shirt. He is also smiling and looking at the phone. He has several shopping bags (brown, blue, and green) slung over his shoulder. The background is a brightly lit, blurred shopping mall interior.

СПОЖИВЧІ НАСТРОЇ В УКРАЇНІ: 2017

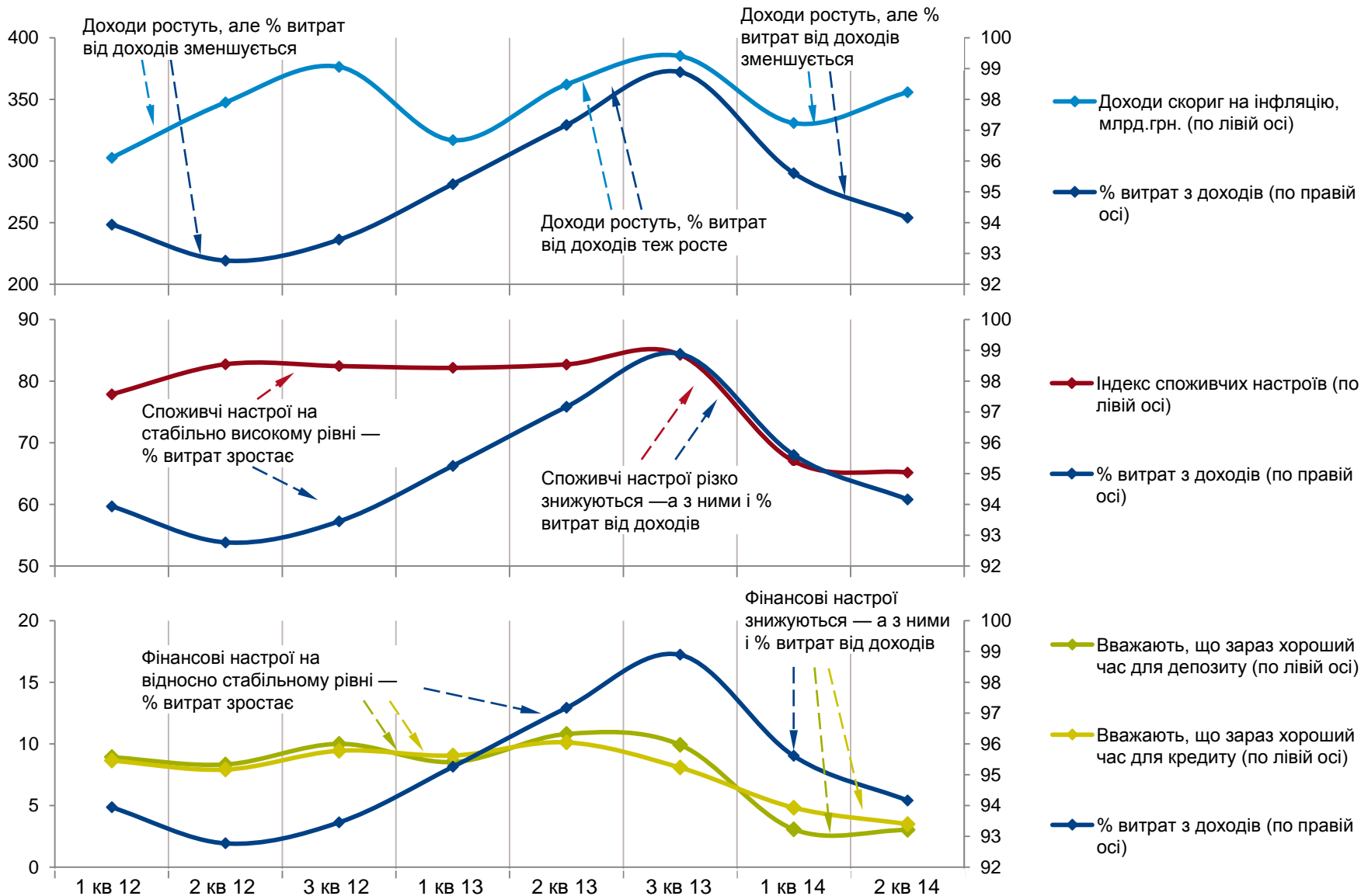
Дослідницька пропозиція

Контактні особи: Яна Невідомо, Лідія Кулиба, GfK Ukraine,

Yana.Nevidoma@gfk.com

Навіщо бізнесу дані про споживчі настрої?

Для більшості компаній важливо прогнозувати споживання та заощадження населення. Однак для прогнозування цих показників недостатньо таких даних офіційної статистики, як доходи чи інші економічні показники — оскільки поведінка споживачів залежить не тільки від об'єктивних показників економіки, але й від суб'єктивного сприйняття економічної ситуації. Тому на додачу до офіційної статистики та даних продажу корисно додавати дані щодо споживчих настроїв населення. На графіках нижче показано, як наші дані допомагають спрогнозувати споживання.



Навіщо потрібні дані про споживчі настрої

Якщо Ви завжди першими хочете дізнаватись

- як зміняться споживчі настрої населення у наступному місяці
- які соціально-демографічні групи будуть провідниками цих змін

Якщо в умовах поточної невизначеності Ви першими хочете дізнатись

- які соціально-демографічні групи потерпають від кризи найменше, а які найбільше
- коли криза дістане «дна»

Чому саме дані про споживчі настрої

- Споживчі настрої вважаються leading indicator, тобто це показник, який є прогностичним індикатором потенційної зміни споживчого попиту в наступних періодах.
- Більшість статистичних показників публікуються із затримкою більше місяця, ми пропонуємо табличні дані вже у першій декаді, а звіт — у другій декаді наступного за звітним місяцем.
- Індекси споживчих настроїв розраховуються на базі даних опитування, тож не містять потенційних похибок офіційної статистики, яка не покриває великої частки тіньової економіки.

Чому саме дані GfK Ukraine

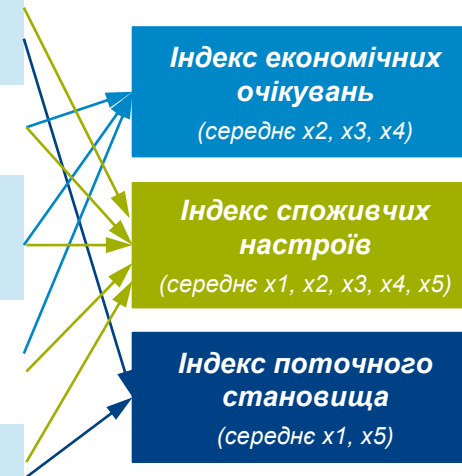
- В нашому розпорядженні є щомісячна динаміка показників, починаючи із 2009 р.
- Можливий аналіз індексів споживчих настроїв у розрізі регіону, типу населеного пункту, віку, фінансового стану тощо.
- Можлива квартальна агрегація даних із метою більш детального аналізу різних соціально-демографічних груп.

Методологія дослідження



- ❑ Індекс споживчих настроїв визначають на підставі вибіркового опитування громадян України методом особистого інтерв'ю вдома у респондента.
- ❑ Щомісячно опитують 1 000 осіб віком від 16 років (до червня 2014 року — віком 15-59 років).
- ❑ Вибірка є репрезентативною за статтю та віком, враховує міське та сільське населення і розмір населеного пункту.
- ❑ Статистичне відхилення не перевищує 3,2%.
- ❑ Починаючи з квітня 2014 року з вибірки виключено Крим. Опитування у Донецькій та Луганській областях проводиться у населених пунктах, що знаходяться під контролем України.

Методологія розрахунку індексів

Питання, що ставиться респондентам	Індекс	
Як змінилося матеріальне становище вашої сім'ї за останні шість місяців?	Індекс поточного особистого матеріального становища (x1)	
Як, на вашу думку, зміниться фінансове становище вашої родини впродовж наступних шести місяців?	Індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2)	
Говорячи про економічну ситуацію в країні загалом, ви вважаєте, що наступні дванадцять місяців будуть для економіки країни добрим чи поганим часом?	Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3)	
Як би ви охарактеризували наступні п'ять років – як сприятливий чи несприятливий час для економіки країни?	Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4)	
Як ви вважаєте, зараз загалом сприятливий чи несприятливий час робити великі покупки для дому?	Індекс доцільності робити великі покупки (x5)	
Як ви вважаєте, у найближчі 12 місяців безробітних (людей, які не мають роботи і шукають її) буде більше, приблизно так само чи менше, ніж зараз?	Індексу очікуваної динаміки безробіття (ІОДБ)	
Як, на ваш погляд, змінюватимуться ціни на основні споживчі товари та послуги у найближчі один – два місяці?	Індекс інфляційних очікувань (ІІО)	
Як, на Вашу думку, зміниться курс долара до гривні через 3 місяці?	Індекс девальваційних очікувань (ІДО)	

Значення індексів x1-x5 розраховуються так: від частки респондентів, які дали позитивну відповідь, віднімається частка респондентів, які дали негативну відповідь, і до результату додається 100. Таким чином, індекс приймає значення від 0 до 200. Значення дорівнює 200, коли всі громадяни позитивно оцінюють економічну ситуацію. Індекс дорівнює 100, якщо частки позитивних і негативних оцінок однакові. Значення індексу менше за 100 означає перевагу в суспільстві негативних оцінок.

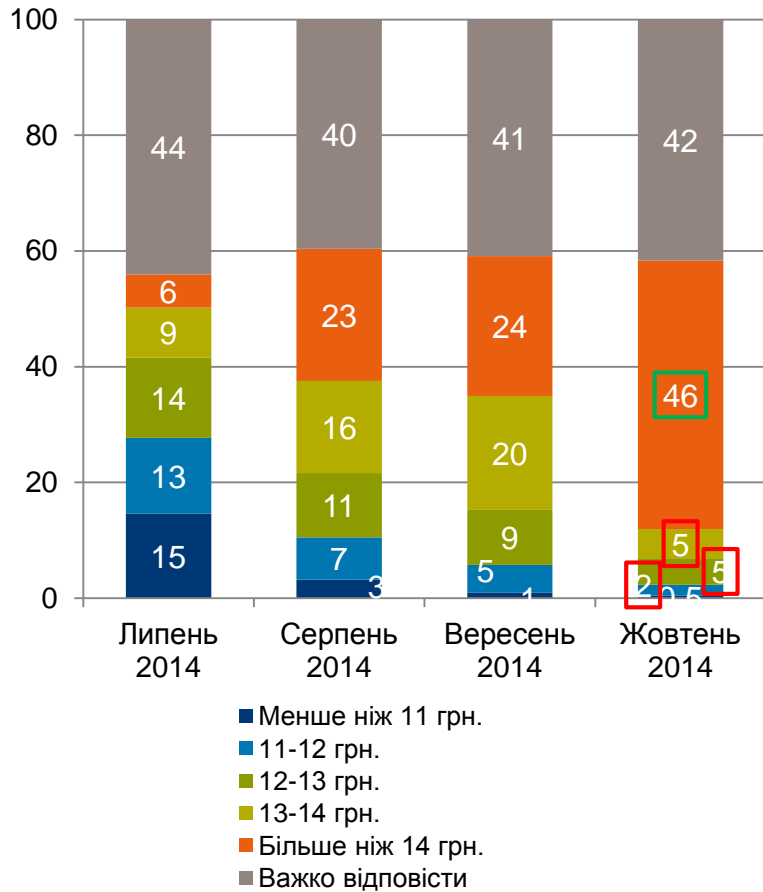
Значення ІОДБ, ІІО та ІДО розраховуються так: від частки відповідей, що вказують на зростання показника (безробіття, інфляції, девальвації), віднімають частку відповідей, що вказують його на зменшення, і до цієї різниці додають 100. Значення цих індексів теж змінюються в межах від 0 до 200, але значення більше 100 означає в основному негативні прогнози, а менше 100 — позитивні.

Починаючи з липня 2014 року ми збираємо також детальні дані щодо девальваційних та інфляційних очікувань

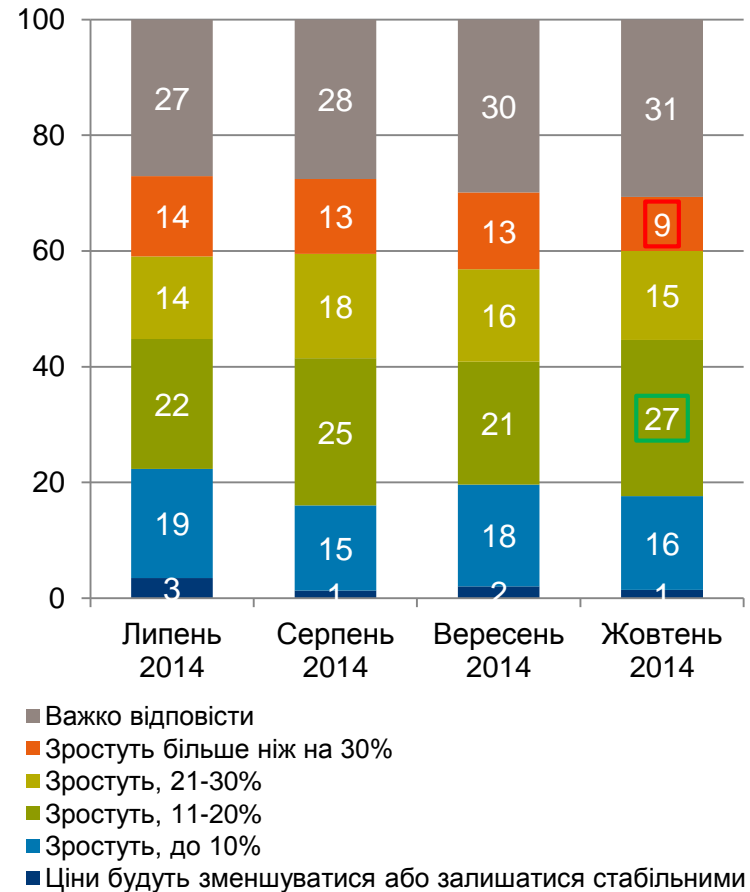


Приклад!

Ціна за 1 доллар США через 12 місяців
% всіх респондентів



Ціни на основні споживчі товари та послуги в найближчі 12 місяців
% всіх респондентів



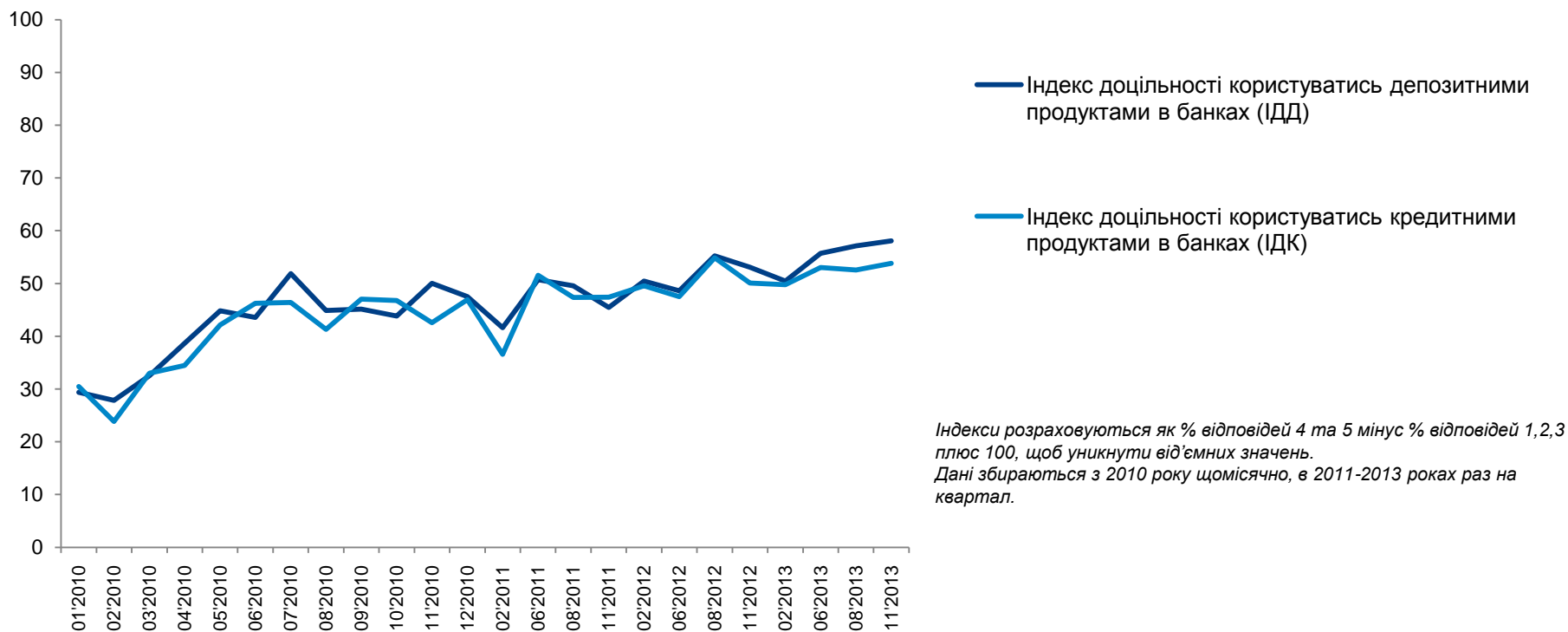
Починаючи з 2015 року ми надаємо також дані щодо фінансових настроїв населення



Індекс доцільності користуватись депозитними продуктами в банках (ІДД): Враховуючи економічну ситуацію в країні, на вашу думку, зараз хороший чи поганий час для того, щоб покласти гроші в банк? (Оцінка по шкалі від 1 до 5)

Індекс доцільності користуватись кредитними продуктами в банках (ІДК): Враховуючи економічну ситуацію в країні, на вашу думку, зараз хороший чи поганий час для того, щоб брати кредит в банку? (Оцінка по шкалі від 1 до 5)

Приклад застосування цих даних наведено на слайді 2 даної презентації (перший графік знизу)



Починаючи з 2015 року ми надаємо також альтернативну оцінку фінансового становища населення



В своїх дослідженнях для оцінки фінансового становища GfK Україна використовує альтернативну оцінку фінансового становища населення. Для цього респондентам задають питання **«Що б ви могли сказати про фінансове становище вашої сім'ї?»** з наступними варіантами відповідей:

- *Змушені економити на харчуванні*
- *Вистачає на харчування. Для придбання одягу, взуття необхідно заощадити або позичити*

Бідні

- *Вистачає на харчування та необхідний одяг, взуття. Для таких покупок як гарний костюм, мобільний телефон, пилосос необхідно заощадити або позичити*
- *Вистачає на харчування, одяг, взуття, інші покупки. Але для придбання речей, які дорого коштують (таких як телевізор, холодильник) необхідно заощадити або позичити*

Середнього достатку

- *Вистачає на харчування, одяг, взуття, дорогі покупки. Для таких покупок як машина, квартира необхідно заощадити або позичити*
- *Будь-які необхідні покупки можу зробити в будь-який час*

Багаті

Переваги такої оцінки порівняно з прямим запитанням про суму доходу:

- респонденти схильні занижувати суму доходу, якщо про нього запитувати прямо,
- до третини респондентів відмовляються називати суму свого доходу, але згодні відповісти на непряме питання.
- такий підхід до оцінки фінансового становища нівелює різницю в доходах і витратах між різними регіонами та типами населених пунктів (наприклад, між селами та містами-мільйонниками), натомість оцінюючи споживчі можливості респондента.

Переваги такої оцінки порівняно з офіційною статистикою щодо доходів:

альтернативна оцінка фінансового становища не є викривленою через тіньову економіку

Аналіз інформації

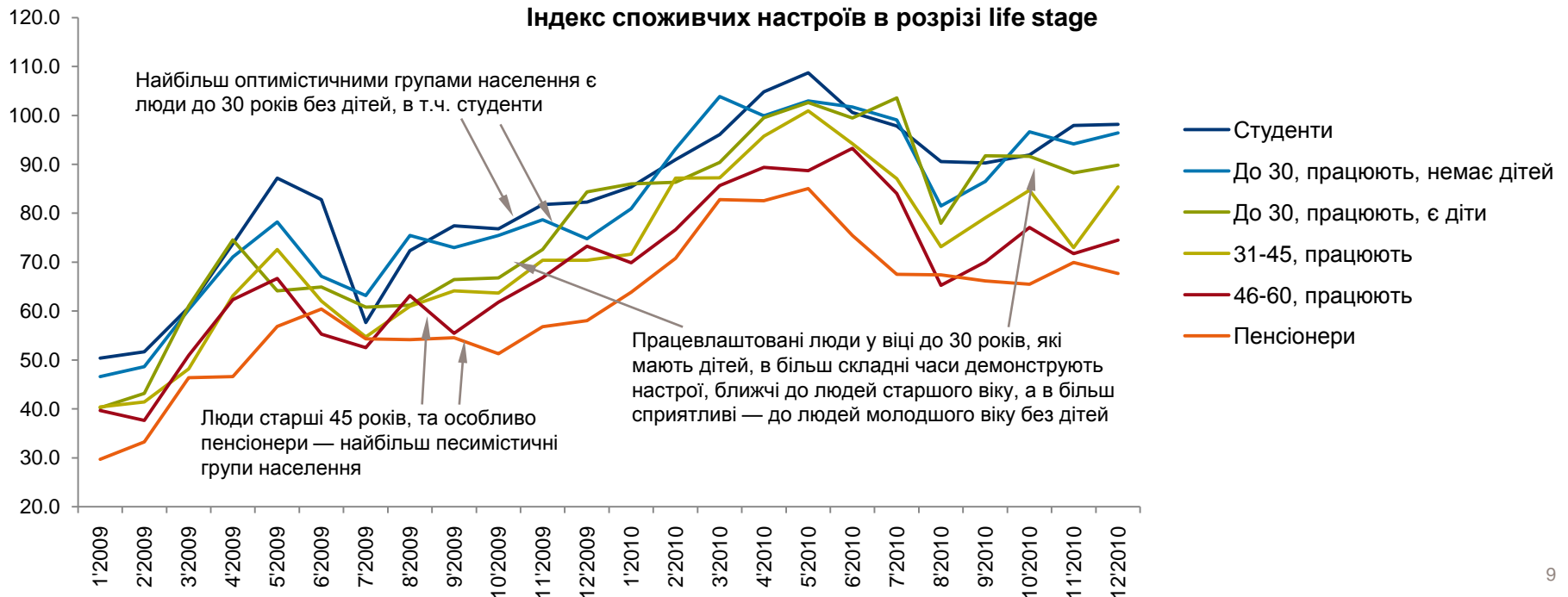


В таблицях та у звітах інформація щодо споживчих настроїв (а саме індексів, перерахованих на слайді 5) надається в розрізі наступних груп:

- Регіону
- Розміру населеного пункту
- Доходу респондента
- Віку респондента

Дані надаються за поточний місяць та у порівнянні з попереднім, а також в довгостроковій динаміці (по аудиторії віком 16-59 років).

Крім того, за додатковим замовленням можливий аналіз споживчих настроїв в розрізі будь-яких соціально-демографічних показників. Наприклад, на графіку нижче наведено аналіз в розрізі life stage



Терміни, бюджет

Результати дослідження (щомісячно):

- таблиці розподілу в форматі Excel українською та англійською мовами;
- аналітичний звіт в форматі Power Point українською та англійською мовами.

Вартість дослідження:

20 700 грн. з ПДВ (за рік), тобто **1 725 грн. з ПДВ (на місяць)**.

Місяць проведення досліджень	Термін надання таблиць Excel	Термін надання аналітичного звіту
Січень	09.02.2017	16.02.2017
Лютий	10.03.2017	16.03.2017
Березень	10.04.2017	17.04.2017
Квітень	12.05.2017	19.05.2017
Травень	09.06.2017	16.06.2017
Червень	10.07.2017	17.07.2017
Липень	10.08.2017	17.08.2017
Серпень	08.09.2017	15.09.2017
Вересень	10.10.2017	17.10.2017
Жовтень	10.11.2017	17.11.2017
Листопад	08.12.2017	15.12.2017
Грудень	12.01.2018	19.01.2018