

Прес-реліз

Споживчі настрої в Україні, листопад 2013: покращення на 1,5 п. до 85,5

23 грудня 2013 року

Контактна особа:
Євгенія Єгорова
Менеджер з розвитку бізнесу
Тел.: (044) 230-0260
pr.ukraine@gfk.com

Київ, 23 грудня 2013 року – У листопаді 2013 року зафіксоване незначне покращення споживчих настроїв українців*. Індекс споживчих настроїв (ICN) дорівнює 85,5, що на 1,5 пункту більше, ніж у жовтні. На фоні очікуваного в середині листопада підписання Угоди про асоціацію з ЄС зріс до найвищого з серпня 2012 року рівня індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років. Про це свідчать дані дослідження споживчих настроїв в Україні, яке щомісяця здійснює GfK Ukraine.

У листопаді 2013 року *індекс споживчих настроїв (ICN)* покращився на 1,5 пункту до значення 85,5*.

Оцінка поточного становища погіршилися на 0,7 пункту та дорівнює 84,9.

Складові цього індексу змінились наступним чином:

- *індекс поточного особистого матеріального становища (x1)* додав 2,5 пункту до значення 84,8;
- *індекс доцільності робити великі покупки (x5)* втратив 3,9 пункту та дорівнює 85,1.

Очікування щодо розвитку економіки країни поліпшилися на 3 пункти та дорівнюють 86. Складові цього індексу змінились наступним чином:

- *індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2)* зріс відразу на 6,4 пункту і становить 93,6;
- *індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3)* погіршився на 1,9 пункту до значення 78,2;
- *очікування розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4)* покращилися на 4,3 пункту до 86,1.

GfK Ukraine
(ГФК Юкрейн)
б-р Лесі Українки, 34, оф. 601
Київ, 01601, Україна

Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262

Info.ukraine@gfk.com
www.gfk.ua

Зареєстровано в Україні
Код: #23512435

* Опитування проводилося протягом 13-27 листопада, тобто до початку масштабних суспільних протестів.

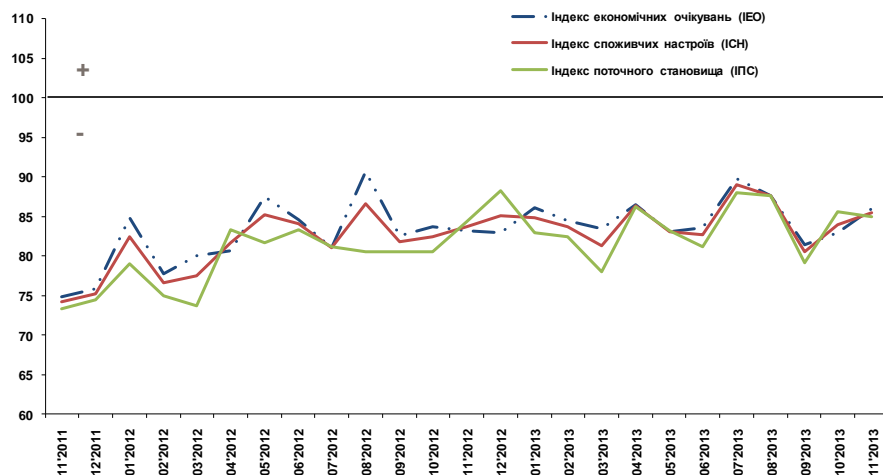
У листопаді тривало поліпшення очікувань українців *щодо динаміки безробіття*: відповідний індекс дорівнює 135,4, що на 1,1 пункту менше, ніж у жовтні. *Інфляційні очікування* також зазнали незначного поліпшення: відповідний індекс дорівнює 182,4, що на 1,3 пункту менше жовтневого показника. Одночасно суттєво посилюються побоювання українців щодо курсу гривні впродовж найближчих трьох місяців: *індекс девальваційних очікувань* додає відразу 15,1 пункту до значення 134,9.

У листопаді було зафіксовано такі ключові тенденції:

- В листопаді посилюється розрив між очікуваними змінами особистого матеріального становища та очікуваним розвитком економіки найближчого року. Серед усіх п'яти підіндексів індексу споживчих настроїв перший індекс став найвищим, а другий – найнижчим, різниця між ними сягнула 15 пунктів.
- При цьому індекс доцільності великих покупок зменшився, знаходячись під впливом негативних очікувань щодо ближчих економічних перспектив.
- На фоні очікуваного в середині листопада підписання Угоди про асоціацію з ЄС зріс до найвищого з серпня 2012 року рівня індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років.
- Найбільше зростання споживчих настроїв спостерігалося в малих містах та в Центральній Україні, тоді як в містах з населенням понад 500 тис. осіб спостерігалося суттєве їх падіння.

«Кращі очікування щодо власного добробуту порівняно до економічних очікувань говорять про низьку довіру українців до економічної політики, що загрожує посиленням кризових явищ. Суспільні протести можуть ще підсилити цю тенденцію», – коментують аналітики GfK Ukraine.

Індекс споживчих настроїв в Україні



© GfK | Дослідження «Споживчі настрої в Україні» | Листопад 2013

Динаміка індексу споживчих настроїв в Україні

Місяць, рік	Індекс споживчих настроїв (ІСН)	Індекс поточного становища (ІПС)	Індекс економічних очікувань (ІЕО)	Індекс інфляційних очікувань (ІІО)	Індекс очікувань щодо динаміки безробіття (ІОДБ)	Індекс девальваційних очікувань (ІДО)
11'13	85,5	84,9	86	182,4	135,4	134,9
10'13	84,0	85,6	83,0	183,7	136,5	119,8
11'12	83,7	84,4	83,2	185,2	135,4	148,1

Інформація про дослідження

Дослідження споживчих настроїв в Україні проводиться з червня 2000 року. З січня 2009 року дослідження споживчих настроїв проводиться щомісяця.

Індекс споживчих настроїв в Україні визначають на підставі вибіркового обстеження домашніх господарств країни. Під час дослідження опитують 1 000 осіб віком від 15 до 59 років. Населення віком 15–59 років, яке становить 61,3% усього населення України, вважають найактивнішою частиною споживачів. Вибірка репрезентативна за статтю та віком, враховує міське та сільське населення й величину населеного пункту. Статистичне відхилення не перевищує 3,2%.

Для визначення ІСН респондентам задають такі запитання:

1. Як змінилося матеріальне становище вашої сім'ї за останні шість місяців?
2. Як, на вашу думку, зміниться матеріальне становище вашої сім'ї впродовж наступних шести місяців?
3. Говорячи про економічну ситуацію в країні загалом, ви вважаєте, що наступні дванадцять місяців будуть для економіки країни сприятливим чи несприятливим часом?
4. Як ви охарактеризували б наступні п'ять років – як сприятливий чи несприятливий час для економіки країни?
5. Як ви гадаєте, тепер загалом сприятливий чи несприятливий час роботи великі

покупки для дому?

За кожним із цих запитань визначають відповідний індекс:

- індекс поточного особистого матеріального становища (x1);
- індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2);
- індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3);
- індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4);
- індекс доцільності робити великі покупки (x5).

Значення індексу обчислюють таким способом: від частки позитивних відповідей віднімають частку негативних і до цієї різниці додають 100, щоб уникнути появи від'ємних величин. На підставі цих п'яти індексів визначають три сукупні індекси:

- індекс споживчих настроїв (ICN) – середнє арифметичне індексів x1–x5;
- індекс поточного становища (ІПС) – середнє арифметичне індексів x1 і x5;
- індекс економічних очікувань (ІЕО) – середнє арифметичне індексів x2, x3, x4.

Значення індексів можуть змінюватися в межах від 0 до 200. Значення дорівнює 200 в тому разі, якщо всі громадяни позитивно оцінюють економічну ситуацію. Індекс дорівнює 100 тоді, коли частки позитивних і негативних оцінок однакові. Значення індексу менше 100 означає, що в суспільстві переважають негативні оцінки.

Для визначення індексу очікуваної динаміки безробіття (ІОДБ), індексу інфляційних очікувань (ІІО) та індексу девальваційних очікувань (ІДО) респондентам задають такі запитання:

1. Як ви вважаєте, впродовж найближчих дванадцяти місяців безробітних (людей, які не мають роботи й шукають її) буде більше, приблизно стільки само чи менше, ніж тепер?
2. Як, на вашу думку, змінюватимуться ціни на основні споживчі товари та послуги впродовж найближчих одного–двох місяців?
3. Як, на вашу думку, зміниться курс долара по відношенню до гривні впродовж найближчих трьох місяців?

Значення ІОДБ, ІІО та ІДО обчислюють таким способом: від частки відповідей, що свідчать про зростання безробіття (інфляції, девальвації), віднімають частку відповідей, що свідчать про зменшення безробіття (інфляції, девальвації), і до цієї різниці додають 100, щоб уникнути появи від'ємних величин. Значення цих індексів можуть змінюватися в межах від 0 до 200. Наприклад, значення індексу дорівнює 200, якщо всі громадяни передбачають зростання безробіття (інфляції, девальвації).

Інформація про GfK Ukraine

GfK Ukraine – українська дослідницька компанія, яка пропонує повний перелік послуг з опитувань та досліджень ринків в Україні, Молдові та Білорусі. GfK Ukraine входить до міжнародної дослідницької мережі GfK. Для отримання більш детальної інформації, звертайтеся, будь ласка, до www.gfk.ua чи слідкуйте за нашими новинами у Twitter: [www.twitter.com/gfk_ua](https://twitter.com/gfk_ua).

Інформація про GfK

GfK є однією з найбільших дослідницьких компаній у світі, в якій працює близько 13000 фахівців, які працюють у сфері досліджень у більш ніж 100 країнах, вивчаючи, як живуть люди, що вони думають і що купують. GfK постійно впроваджує нові розробки і використовує новітні технології та найінтелектуальніші методики, щоб допомагати клієнтам краще розуміти найважливіших людей у світі – своїх споживачів. У 2012 році обсяг продажів GfK склав 1,51 млрд. євро.

Для отримання більш детальної інформації, звертайтеся, будь ласка, до www.gfk.com чи до GfK на Twitter: https://twitter.com/GfK_en