

Прес-реліз

Споживчі настрої в Україні, березень 2014: покращення на 3,2 п. до 67,8

15 квітня 2014 року

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

Київ, 15 квітня 2014 року – Березень 2014 року відзначився призупиненням погіршення споживчих настроїв українців, яке тривало всі три зимові місяці. Індекс споживчих настроїв (ICN) дорівнює 67,8, що на 3,2 пункту більше, ніж у лютому. При цьому складові індексу змінювалися різноспрямовано: індекс економічних очікувань зріс на 8,3 пункту, тоді як індекс поточного становища впав на 4,4 пункту. Про це свідчать дані дослідження споживчих настроїв в Україні, яке щомісяця здійснює GfK Ukraine.

У березні 2014 року *індекс споживчих настроїв (ICN)* покращився на 3,2 пункту до значення 67,8.

Оцінка поточного становища погіршилася на 4,4 пункту та дорівнює 59,3.

Складові цього індексу змінилися наступним чином:

- *індекс поточного особистого матеріального становища (x1)* втратив 3,4 пункту та дорівнює 61,9;
- *індекс доцільності робити великі покупки (x5)* дорівнює 56,8, що на 5,4 пункту гірше лютневого показника.

Очікування щодо розвитку економіки країни покращилися на 8,3 пункту та дорівнюють 73,5. Складові цього індексу змінилися наступним чином:

- *індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2)* становить 74,3, що на 3,4 пункту краще ніж у лютому;
- *індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3)* виріс на 10,6 пункту до значення 63,3;
- *очікування розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4)* покращилися на 10,9 пункту до значення 82,9.

У березні залишилися без змін *очікування українців щодо динаміки безробіття*: відповідний індекс дорівнює 140,5. Проте триває погіршення *інфляційних очікувань*: відповідний індекс дорівнює 184,5, що на 2 пункти більше лютневого показника. Одночасно українці стали оптимістичніше дивитися на курс гривні впродовж найближчих трьох місяців: *індекс девальваційних очікувань* зменшився 9,7 пункту до значення 141,9.

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

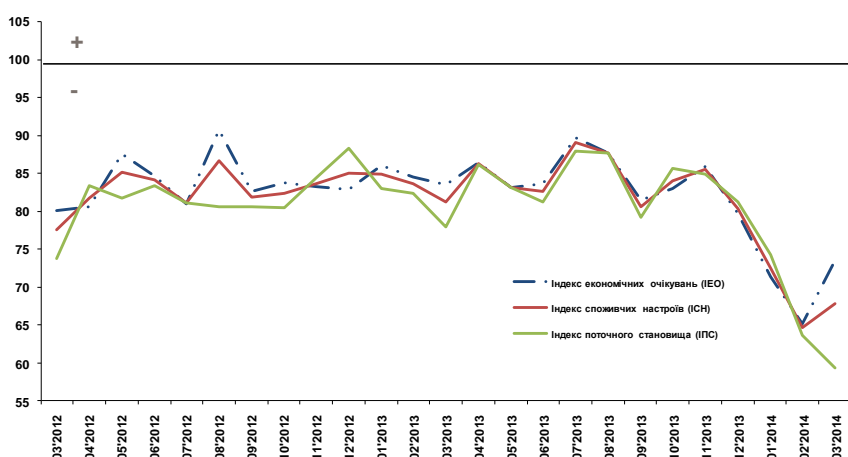
Зареєстровано в Україні
Код: #23512435

У березні було зафіксовано такі ключові тенденції:

- Після падіння у лютому, в березні індекс споживчих настроїв в Україні дещо зріс. При цьому складові індексу змінювалися різноспрямовано: індекс економічних очікувань зріс на 8,3 пункту, тоді як індекс поточного становища впав на 4,4 пункту.
- Індекси очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року та найближчих п'яти років зросли більше ніж на 10 пунктів, тоді як індекс поточного особистого матеріального становища впав на 3,4 пункту, а індекс доцільності робити великі покупки – на 5,4 пункту до рівня першої половини 2009 року.
- Найбільші відмінності в динаміці в березні спостерігалися за регіонами. Якщо на Заході споживчі настрої продовжили швидкими темпами зростати, а низка індексів перетнула рівень 100 пунктів, то на Сході індекс споживчих настроїв ще трохи знизився до рівня 49 пунктів. Паралельно поліпшувалися споживчі настрої на Півночі та на Півдні країни.
- Також порівняно до лютого дещо вирівнялися настрої за соціально-демографічними групами – вони поліпшилися в громадян середнього і старшого віку, а також з середнім доходом.

«Відносна стабілізація політичної ситуації в Україні в березні позитивно вплинула на споживчі настрої, хоча надії на відбудову економіки зростали на фоні погіршення добробуту та зменшення попиту. Водночас, далі збільшився розрив у споживчих настроях між песимістично налаштованим Сходом та іншими регіонами України», – коментують аналітики GfK Ukraine.

Індекс споживчих настроїв в Україні



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)
03'14	67,8	59,3	73,5	184,5	140,5	141,9
02'14	64,6	63,7	65,2	182,5	140,3	151,6
03'13	81,3	78	83,5	182,1	137,6	126,7

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%.

Полевий етап лютневої хвилі проводився протягом 12-26 березня 2014 року.

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 робити 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 (ІСН) – 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, упродовж 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).

Про GfK

GfK є надійним джерелом достовірної інформації про ринки та споживачів, що допомагає клієнтам приймати розумні рішення. Понад 13 тисяч експертів з маркетингових досліджень поєднують власну пристрасть до роботи та 80-річний досвід GfK у сфері аналітики. Завдяки цьому GfK вдало поєднує розуміння глобальних ринків із знанням про локальні особливості понад 100 країн світу. Використовуючи новітні технології та аналітичні методи, GfK перетворює великі масиви даних на розумні рішення та тим самим допомагає своїм клієнтам підвищувати конкурентоздатність та покращувати досвід та вибір споживачів.

Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт www.gfk.com або стежити за новинами на Twitter: https://twitter.com/GfK_en.