

Прес-реліз

УВАГА! З метою покращення якості даних проекту «Споживчі настрої в Україні» та забезпечення порівняння з даними по іншим країнам Європи, починаючи з червня 2014 року ми перейшли на більш широкую вибірку за віком (тепер для опитування використовується аудиторія у віці 16 років та старше, що проживає по всій Україні, у тому числі в містах та селах, проти 15-59 років, як це було раніше). У зв'язку з цим чергові дані надані із затримкою на 0,5 місяці, даних за травень в цьому році не буде.

14 липня 2014 року

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

Для можливості порівняння даних у довгостроковій динаміці результати дослідження по загальним індексам були перезважені та приведені до єдиної структури. Якщо ви використовуєте дані цього дослідження у динаміці, їх необхідно оновити.

У цьому прес-релізі ми робимо аналіз за цільовою групою 16-59 років, по якій надаємо порівняння з попередніми хвилями, а також презентуємо дані по цільовій групі у віці 16 років та старше. Нагадуємо, що всі дані представлено без урахування АР Крим.

Споживчі настрої в Україні, червень 2014: покращення до 68,4

Київ, 14 липня 2014 року – В червні 2014 року споживчі настрої в Україні поліпшилися до найвищого рівня з січня. За співставною з попередніми хвилями вибіркою (вік 16-59) індекс споживчих настроїв (ICN) склав 68,4, за новою вибіркою (вік 16+) – 66,1. Порівняно до попереднього заміру у квітні ICN зріс за співставною вибіркою 16-59 років на 7,7 пункту за рахунок поліпшення короткострокових економічних очікувань громадян. На фоні кращих очікувань розвитку економіки впродовж найближчого року суттєво зросли індекс очікуваних змін особистого матеріального становища та індекс доцільності робити великі покупки. Про це свідчать дані дослідження споживчих настроїв в Україні, яке щомісяця здійснює GfK Ukraine.

Індекс споживчих настроїв для цільової групи 16-59 років

У червні 2014 року за співставною з попередніми хвилями вибіркою (вік 16-59) індекс споживчих настроїв (ICN) склав 68,4, що на 7,7 пункту краще до попереднього заміру у квітні.

Оцінка поточного становища додала 7,3 пункту та дорівнює 61,8.

Складові цього індексу змінились наступним чином:

- *індекс поточного особистого матеріального становища (x1)* становить 53,3, що на 0,5 пункту гірше квітневого показника;
- *індекс доцільності робити великі покупки (x5)* зріс відразу на 15 пунктів до значення 70,2.

Очікування щодо розвитку економіки країни поліпшилися на 8 пунктів до значення 72,7. Складові цього індексу змінились наступним чином:

- *індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2)* становить 71,0, що на 8,4 пункту краще ніж у квітні;

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

- *індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3)* додав 11,8 пункту та дорівнює 63,0;
- *очікування розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4)* становлять 84,3, що на 3,7 пункту краще квітневого показника.

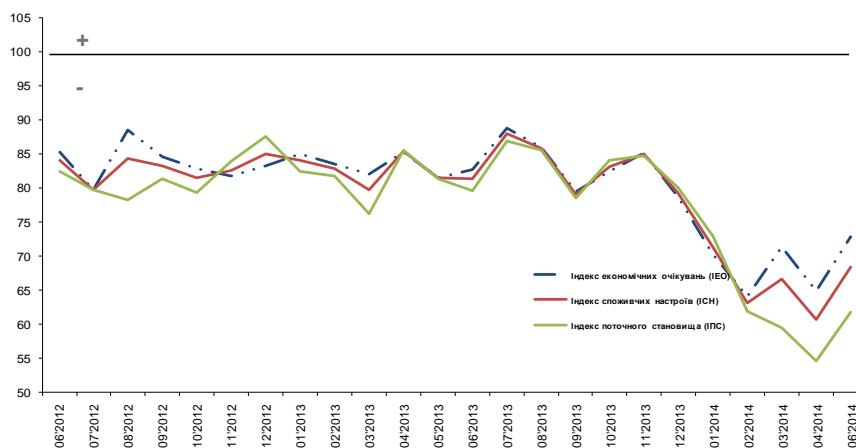
У червні поліпшилися *очікування українців щодо динаміки безробіття*: відповідний індекс дорівнює 133,7, що 9,9 пункту нижче ніж у квітні. Інфляційні очікування також дещо покращилися: відповідний індекс в червні втратив 1,8 пункту до 182,5. Одночасно українці стали оптимістичніше дивитися на курс гривні впродовж найближчих трьох місяців: *індекс девальваційних очікувань* зменшився на 8,4 пункту до значення 115,8.

Для цільової групи 16-59 років у червні було зафіксовано такі ключові тенденції:

- Якщо порівнювати споживчі настрої червня з січнем, головні зміни відбулися за двома їх складовими – індекс поточного особистого матеріального становища знизився майже на 20 пунктів, тоді як індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років зріс на 15 пунктів. Одночасно індекс девальваційних очікувань знизився порівняно до січня майже на 35 пунктів.
- Порівняно до попереднього заміру у квітні ІСН зріс за співставною вибіркою (16-59 років) на 7,7 пунктів за рахунок поліпшення короткострокових економічних очікувань громадян. На фоні кращих очікувань розвитку економіки впродовж найближчого року суттєво зросли індекс очікуваних змін особистого матеріального становища та індекс доцільності робити великі закупи. Паралельно знизилися індекс очікуваної динаміки безробіття та девальваційні очікування. Незначна негативна динаміка спостерігалася виключно в індексу поточного особистого матеріального становища.
- Споживчі настрої в червні поліпшилися в усіх регіонах, крім Південного, а також Східного, де вони ще трохи знизилися, і є за новою вибіркою на 25 пунктів нижчими від середніх по Україні. Найбільшою мірою ІСН зріс порівняно до квітня у Центральному регіоні – на 19 пунктів.

«Поступова стабілізація політичної ситуації після інаугурації нового Президента та зменшення загрози повномасштабної війни сприяли поліпшенню економічних очікувань громадян. Водночас, слабка динаміка поточного матеріального становища стримує зростання внутрішнього попиту», – коментують аналітики GfK Ukraine.

Індекс споживчих настроїв в Україні, цільова група 16-59 років



© GfK | Дослідження «Споживчі настрої в Україні» | Червень 2014

Динаміка індексу споживчих настроїв в Україні, цільова група 16-59 років						
Місяць, рік	Індекс споживчих настроїв (ІСН)	Індекс поточного становища (ІПС)	Індекс економічних очікувань (ІЕО)	Індекс очікувань щодо динаміки безробіття (ІОДБ)	Індекс інфляційних очікувань (ІІО)	Індекс девальваційних очікувань (ІДО)
06'14	68,4	61,8	72,7	133,7	182,5	115,8
04'14	60,7	54,5	64,8	143,6	184,2	124,2
06'13	81,4	79,5	82,6	129,8	176,2	125,5

Індекс споживчих настроїв для цільової групи 16+	06'14
Індекс споживчих настроїв (ІСН)	66,1
Індекс поточного становища (ІПС)	59,1
Індекс поточного особистого матеріального становища (x1)	49,3
Індекс доцільності робити великі покупки (x5)	68,9
Індекс економічних очікувань (ІЕО)	70,7
Індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2)	67,6
Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3)	62,4
Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4)	82,3
Індекс очікуваної динаміки безробіття (ІОДБ)	133,3
Індекс інфляційних очікувань (ІІО)	183,1
Індекс девальваційних очікувань (ІДО)	116,5

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 1000 осіб віком від 16 років. (До квітня 2014 року вибірка дослідження складала 1000 осіб у віці 15-59 років). Вибірка репрезентативна за статтю та віком, враховує міське та сільське населення й величину населеного пункту. Статистичне відхилення не перевищує 3,2%.

Полевий етап червневої хвилі проводився протягом 02-15 червня 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 багаторічний 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.