

Прес-реліз

Споживчі настрої в Україні, липень 2014: погіршення на 1 п. до 65,1

7 серпня 2014 року

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

Київ, 7 серпня 2014 року – Червнєве збільшення оптимізму виявилось короткостроковим – в липні споживчі настрої українців дещо погіршилися. За новою вибіркою (вік 16+) індекс споживчих настроїв (ICN) склав 65,1, що на 1 пункт менше ніж у червні. Суттєво знизилися 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.

У липні 2014 року за новою вибіркою (вік 16+) *індекс споживчих настроїв (ICN)* склав 65,1, що на 1 пункт гірше червневого результату.

Оцінка *поточного становища* втратила 1,1 пункту та дорівнює 58,0. Складові цього індексу змінилися наступним чином:

- *індекс поточного особистого матеріального становища (x1)* становить 53,9, що на 4,6 пункту краще червневого показника;
- *індекс доцільності робити великі покупки (x5)* погіршився на 6,7 пункту до значення 62,1.

Очікування щодо *розвитку економіки країни* дорівнюють 69,8, що на 0,9 пункту гірше ніж у червні. Складові цього індексу змінилися наступним чином:

- *індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2)* становить 63,5, що на 4,1 пункту гірше ніж у червні;
- *індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3)* залишився майже без змін та дорівнює 62,1;
- *очікування розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4)* дорівнюють 83,9, що на 1,6 пункту краще червневого показника.

У липні значно посилюються побоювання українців щодо можливого безробіття: відповідний індекс дорівнює 147,9, що аж на 14,5 пункту більше ніж у червні. Інфляційні очікування також погіршилися: відповідний індекс в липні зріс на 2,8 пункту до 185,9. Одночасно після тривалого зниження повернулися очікування девальвації: *індекс девальваційних очікувань* зріс на 9,2 пункту до значення 125,7.

У липні було зафіксовано такі ключові тенденції:

- Червнєве збільшення оптимізму виявилось короткостроковим – в липні споживчі настрої українців дещо погіршилися. Суттєво

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

знизилися індекс очікуваних змін особистого матеріального становища та індекс доцільності робити великі закупки – на 4 та на 6,7 пункту відповідно. В основі такого погіршення, вочевидь, лежить значне зростання побоювань щодо можливого безробіття.

- Страх безробіття найбільшою мірою вплинув на споживчі настрої громадян з доходом нижче середнього. Індекс споживчих настроїв в цієї підгрупи знизився на 5 пунктів, при цьому індекс очікуваної динаміки безробіття збільшився в них найбільшою мірою – на 19 пунктів. При цьому в громадян з середнім доходом та доходом вище середнього споживчі настрої покращилися.
- В липні поліпшилися настрої в Києві та інших містах, а також в селах, тоді як погіршилися – в малих та середніх містах. Київ та Захід повернули собі лідерство за настроями в регіональному розрізі, тоді як на Сході вони залишаються найгіршими на фоні вкрай високих очікувань безробіття.

«Оптимізм після успішно проведених виборів Президента розвіяло продовження кривавого протистояння на Донбасі. Хоча довгострокові очікування розвитку економіки залишаються більш позитивними, громадяни все більше розуміють, що найближчим часом поліпшення добробуту очікувати не варто, і найбільшою загрозою є втрата робочих місць», – коментують аналітики GfK Ukraine.

Індекс споживчих настроїв для цільової групи 16+	06'14	07'14
Індекс споживчих настроїв (ІСН)	66,1	65,1
Індекс поточного становища (ІПС)	59,1	58,0
Індекс поточного особистого матеріального становища (x1)	49,3	53,9
Індекс доцільності робити великі закупки (x5)	68,9	62,1
Індекс економічних очікувань (ІЕО)	70,7	69,8
Індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2)	67,6	63,5
Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3)	62,4	62,1
Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4)	82,3	83,9
Індекс очікуваної динаміки безробіття (ІОДБ)	133,3	147,9
Індекс інфляційних очікувань (ІІО)	183,1	185,9
Індекс девальваційних очікувань (ІДО)	116,5	125,7

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 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 01-14 липня 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.