

## **Украинский потребитель-2011: стоит ли ожидать роста внутреннего спроса**

Конференция «Медиа&реклама: ключевые тенденции развития медиарынка»

*Глеб Вышлинский, GfK Ukraine*



GfK

- 1** **Динамика благосостояния потребителей**
- 2** **Изменения в структуре затрат домохозяйств**
- 3** **Потребительские настроения, склонность к потреблению и сбережениям**
- 4** **Так будет ли расти спрос?**

- 1** **Динамика благосостояния потребителей**
- 2 Изменения в структуре затрат домохозяйств
- 3 Потребительские настроения, склонность к потреблению и сбережениям
- 4 Так будет ли расти спрос?

## На первый взгляд, кризис пройден...

4



Источник: GfK Ukraine, N=1000 ежемесячно

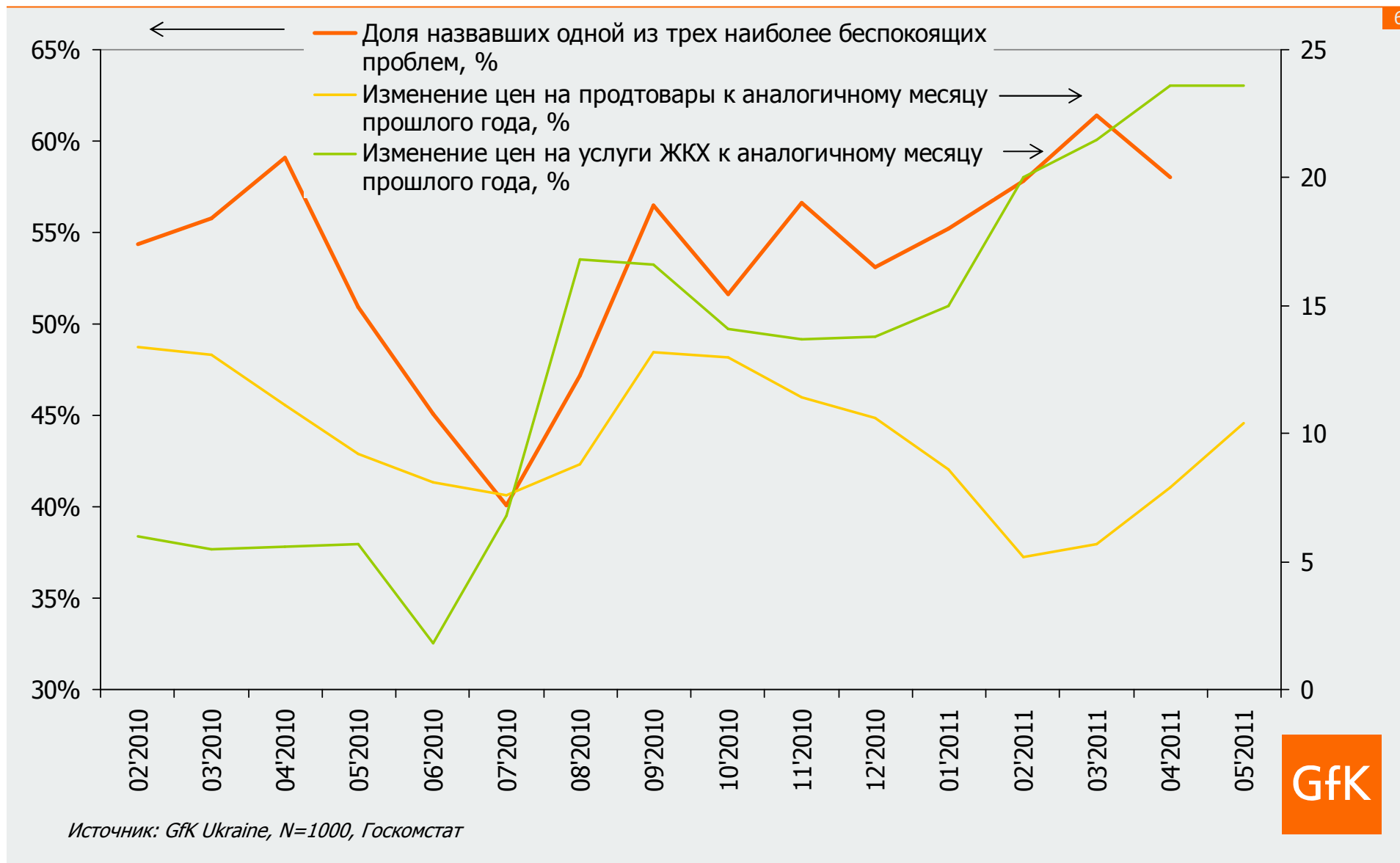
## ...НО ПОСЛЕДНИЕ МЕСЯЦЫ НЕ СТОЛЬ ОПТИМИСТИЧНЫ

5



Источник: GfK Ukraine, N=1000 ежемесячно

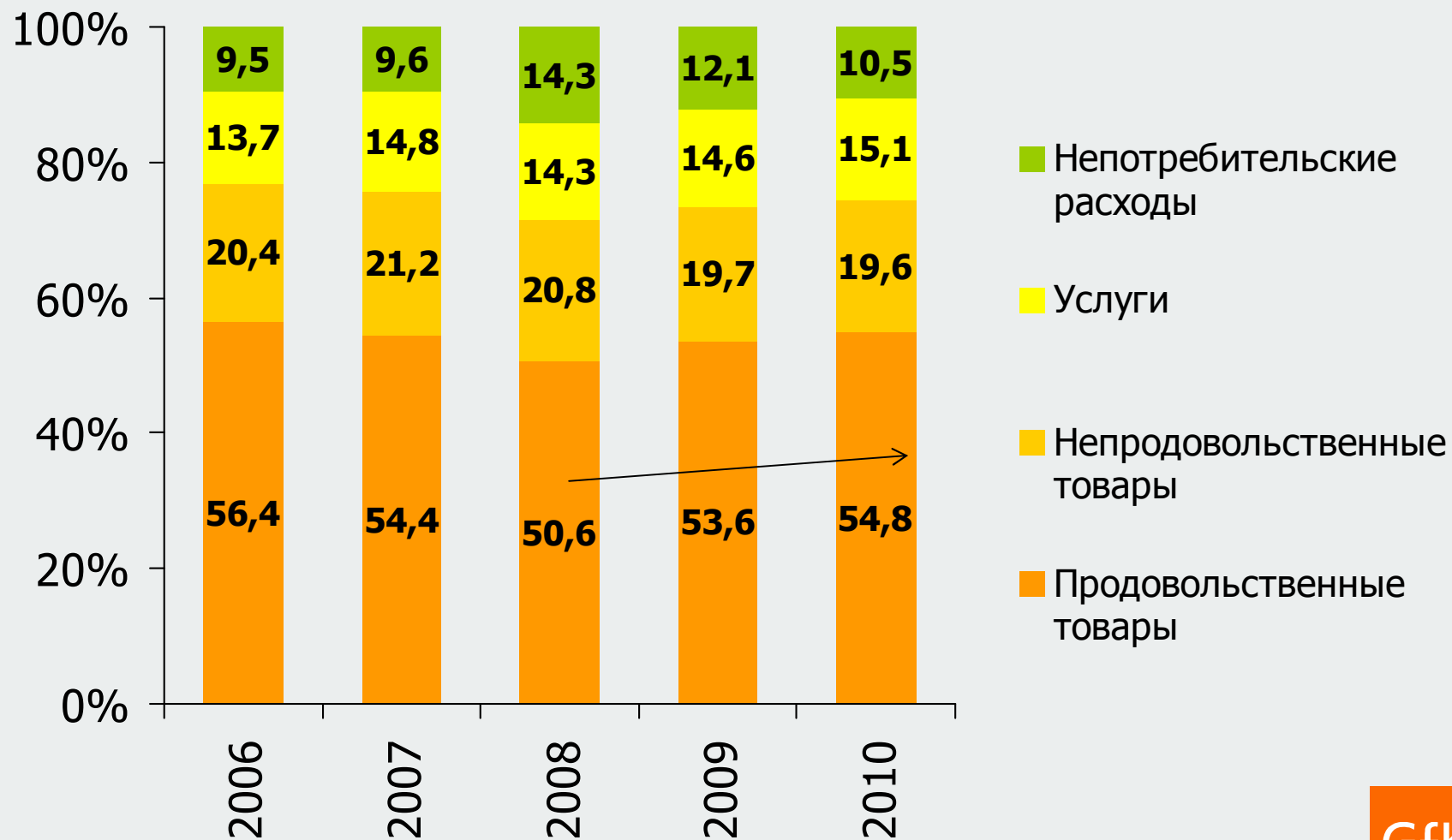
## Рост цен — главная причина обеднения граждан



- 1 Динамика благосостояния потребителей
- 2 Изменения в структуре затрат домохозяйств**
- 3 Потребительские настроения, склонность к потреблению и сбережениям
- 4 Так будет ли расти спрос?

## Структура расходов домохозяйств

%, за 9 месяцев года



Источник: Госкомстат Украины

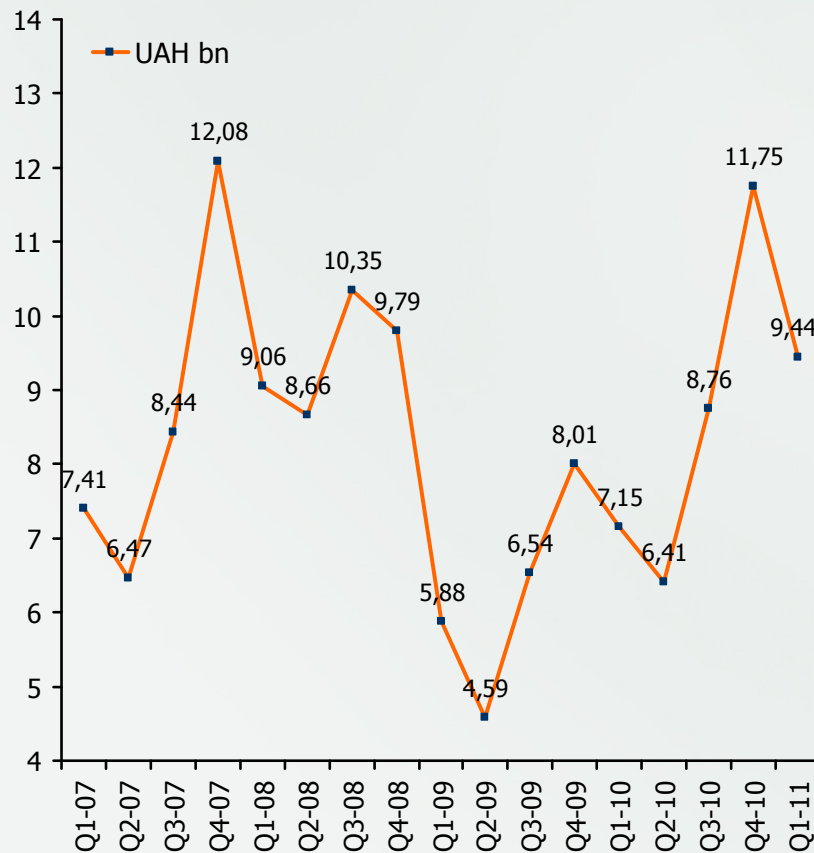
## Потребление продуктов питания

кг на душу в месяц, в среднем за 9 месяцев года

9

|                            | 2007 |   | 2008 |   | 2009 |   | 2010 |
|----------------------------|------|---|------|---|------|---|------|
| Мясо и мясопродукты        | 5,4  | → | 5,5  | → | 5,1  | → | 5,4  |
| Молоко и молочные продукты | 22,0 | → | 22,6 | → | 19,6 | → | 18,9 |
| Рыба и рыбопродукты        | 1,9  | → | 2,2  | → | 1,9  | → | 1,8  |
| Сахар                      | 3,2  | → | 3,3  | → | 3,2  | → | 2,9  |
| Картофель                  | 7,0  | → | 7,2  | → | 6,9  | → | 6,6  |
| Овощи и баштанные          | 9,1  | → | 9,7  | → | 11,0 | → | 10,2 |
| Фрукты, ягоды, орехи       | 4,2  | → | 4,3  | → | 4,2  | → | 4,3  |

## Динаміка товарообігу ринку побутової техніки та електроніки



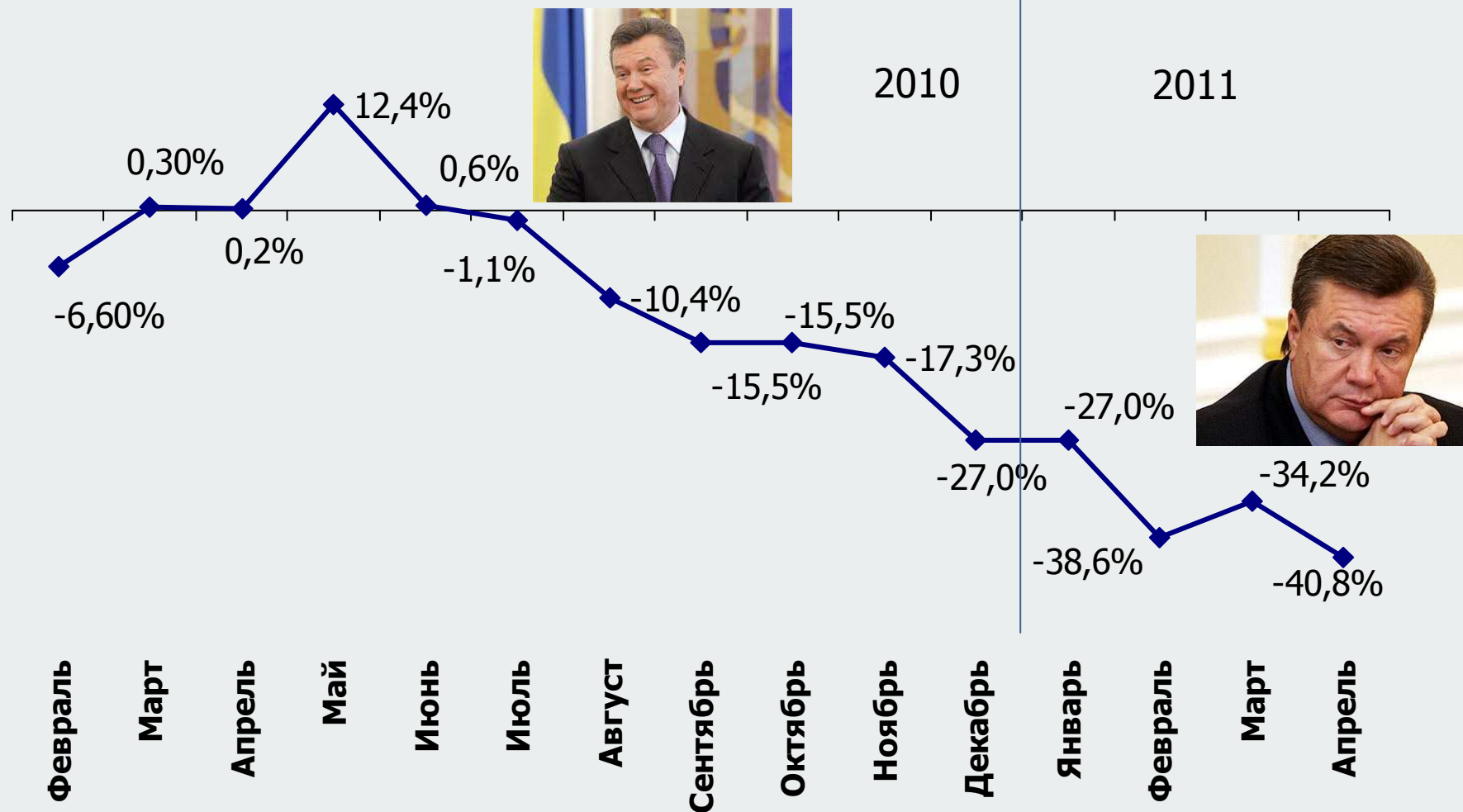
|                                      | Q1 11/<br>Q1 10<br>+/--% | 2010/<br>2009<br>+/--% |
|--------------------------------------|--------------------------|------------------------|
| Consumer Electronics                 | 47,7%                    | 28,6%                  |
| Photo                                | 24,9%                    | 46,5%                  |
| Major Domestic Appliances            | 27,7%                    | 24,5%                  |
| Small Domestic Appliances            | 26,6%                    | 26,1%                  |
| Information Technology               | 36,5%                    | 38,8%                  |
| Telecommunication                    | 22,7%                    | 60,2%                  |
| Office Equipment &<br>Consumables    | 34,9%                    | 34,7%                  |
| <b>GfK TEMAX<sup>®</sup> Україна</b> | <b>32,1%</b>             | <b>36,1%</b>           |

- 1 Динамика благосостояния потребителей
- 2 Изменения в структуре затрат домохозяйств
- 3 Потребительские настроения, склонность к потреблению и сбережениям**
- 4 Так будет ли расти спрос?

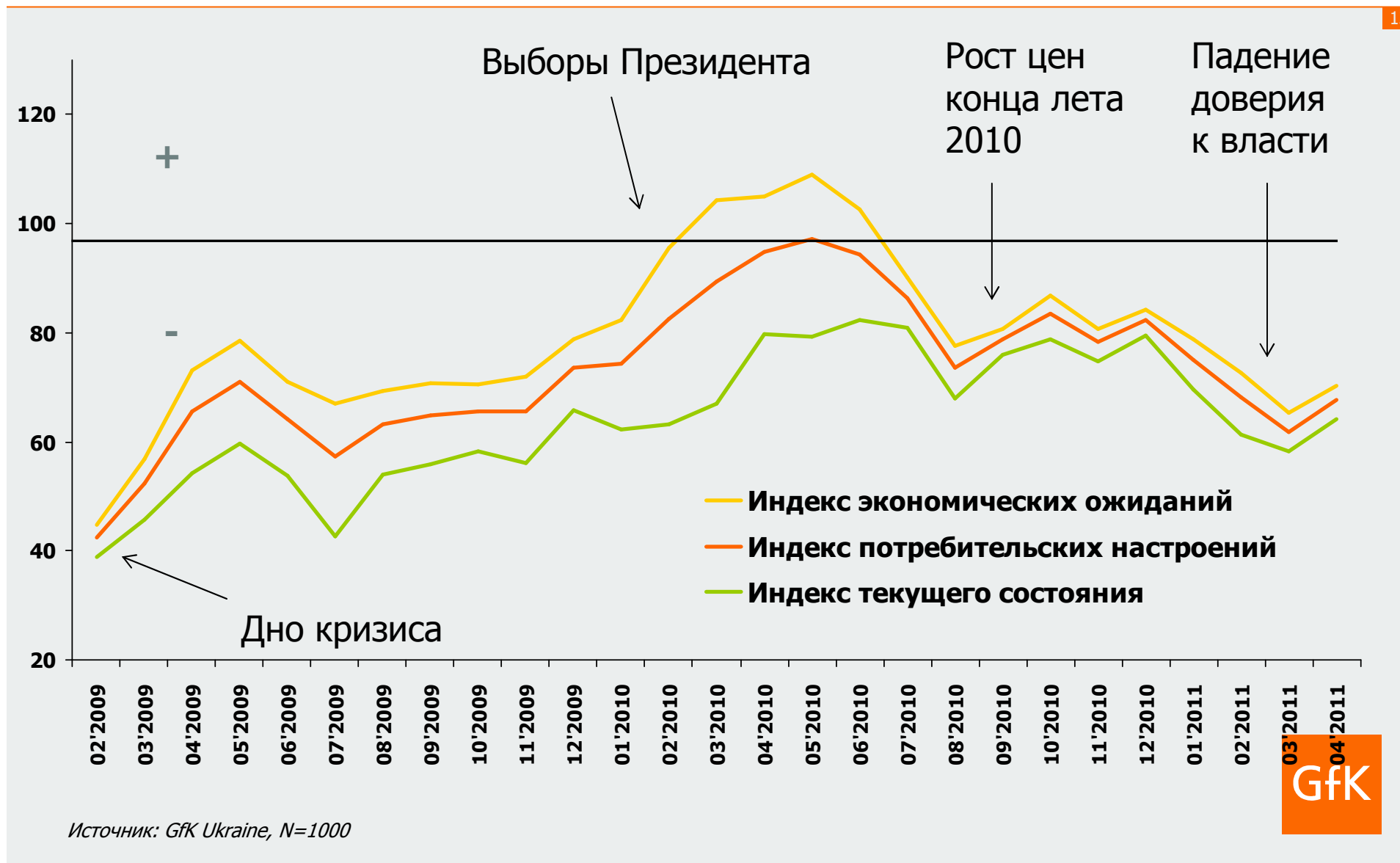
# Баланс доверия-недоверия к Виктору Януковичу

Процент частично и полностью доверяющих минус процент частично и полностью не доверяющих

12



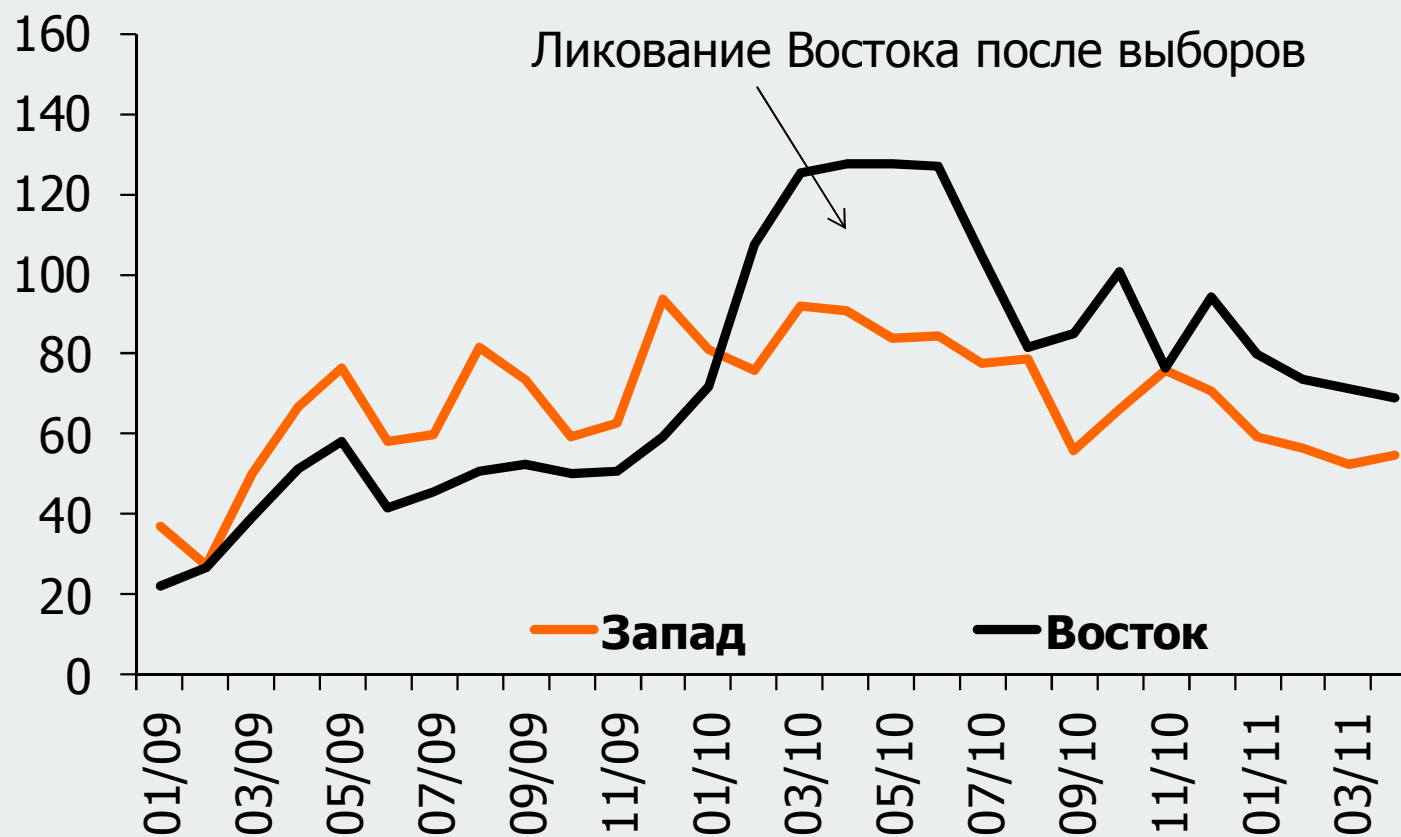
## Потребительские настроения чувствительны к уровню доверия к власти и инфляционным ожиданиям



## Схід і Захід майже разом

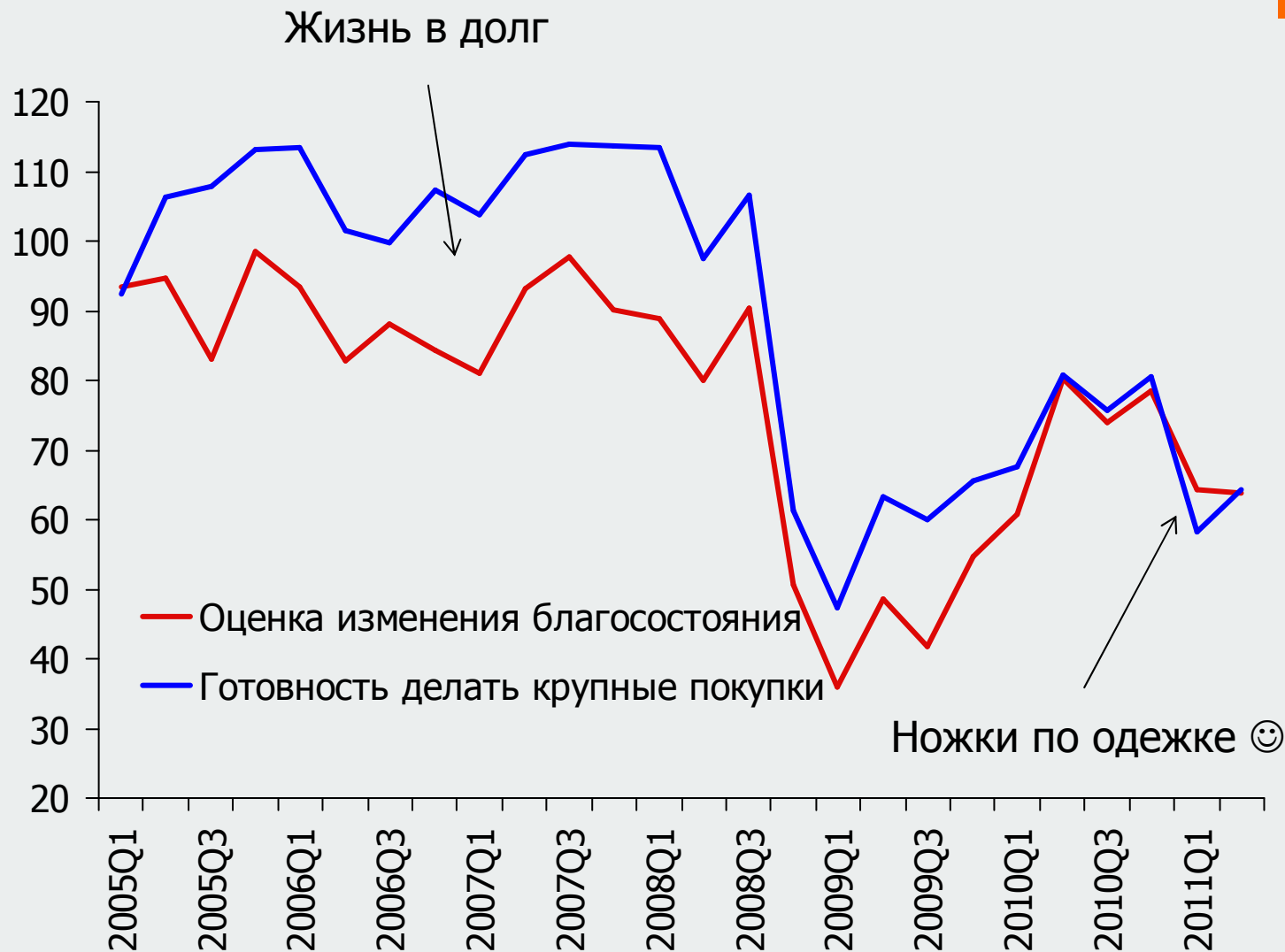
14

### Ожидаемое развитие экономики в ближайший год по регионам



Источник: GfK Ukraine, N=224 (Запад), 328 (Восток)

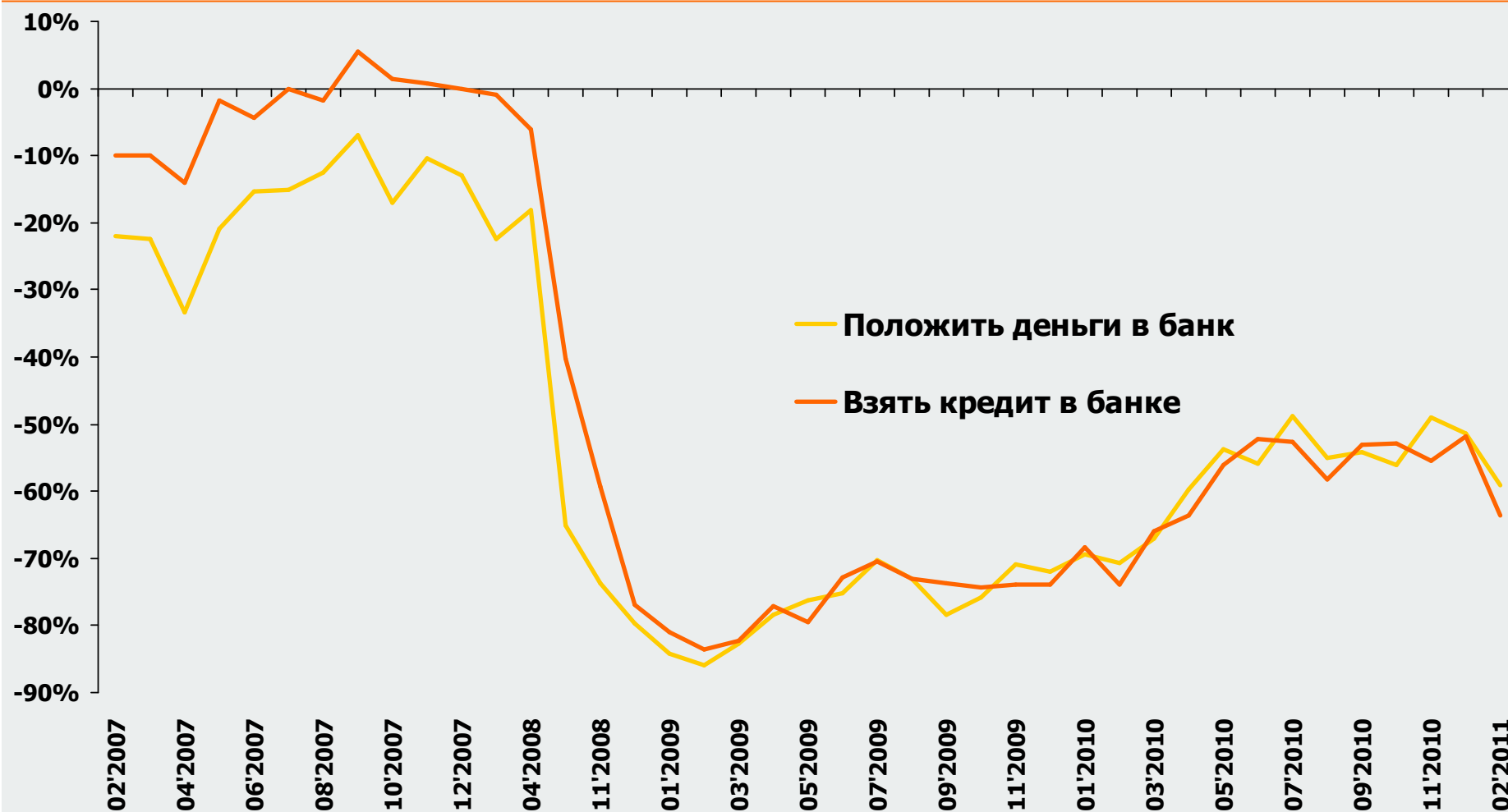
# Кризис подорвал готовность потребителей к необоснованным тратам



Источник: GfK Ukraine, N=1000 ежемесячно

## Нехорошее время

Процент считающих, что сейчас очень и скорее хорошее время для такого решения, минус процент считающих, что сейчас очень и скорее плохое время для такого решения



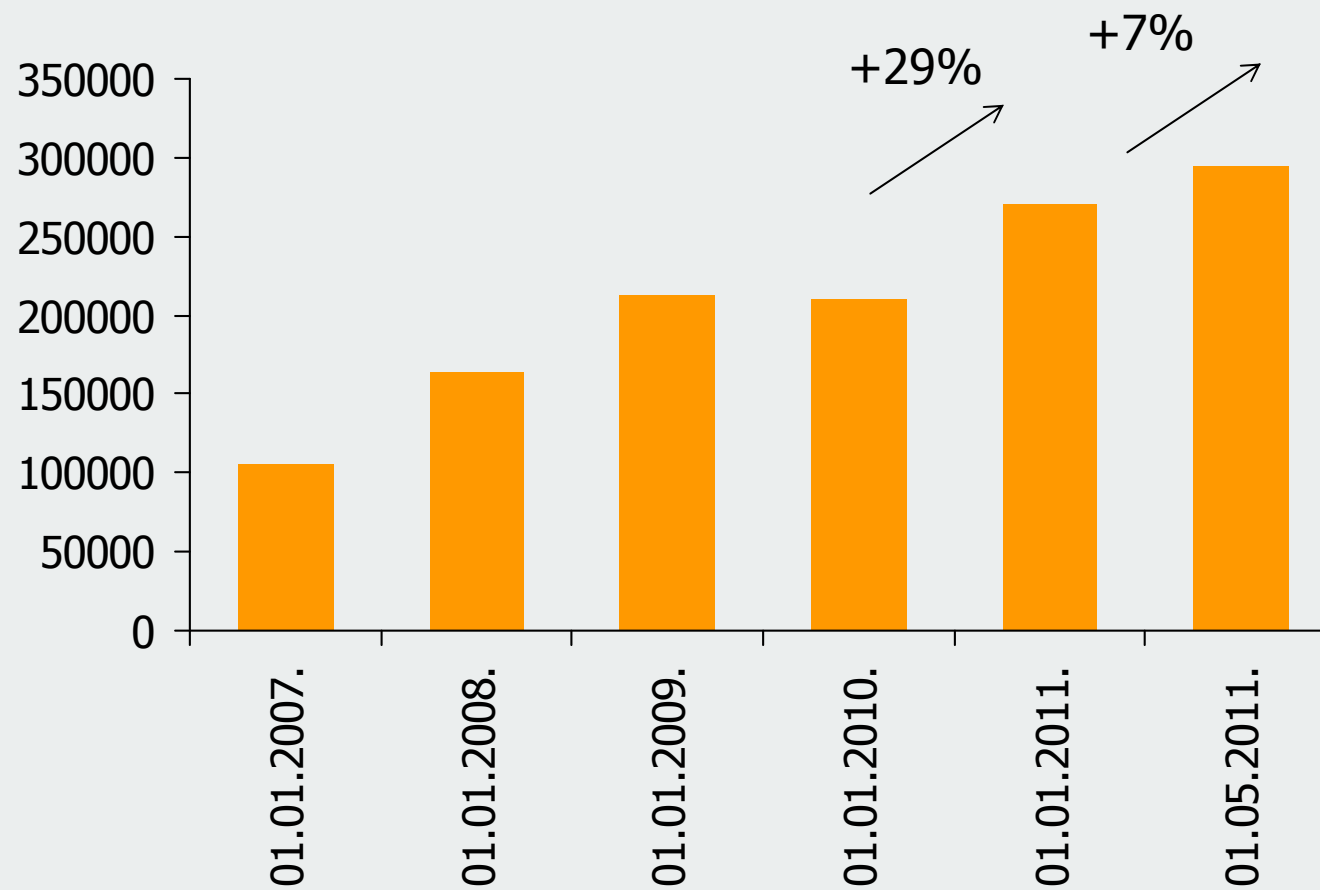
16

Источник: GfK Ukraine, N=1000 ежемесячно

Но...

17

## Средства физических лиц в банках, млн. грн.



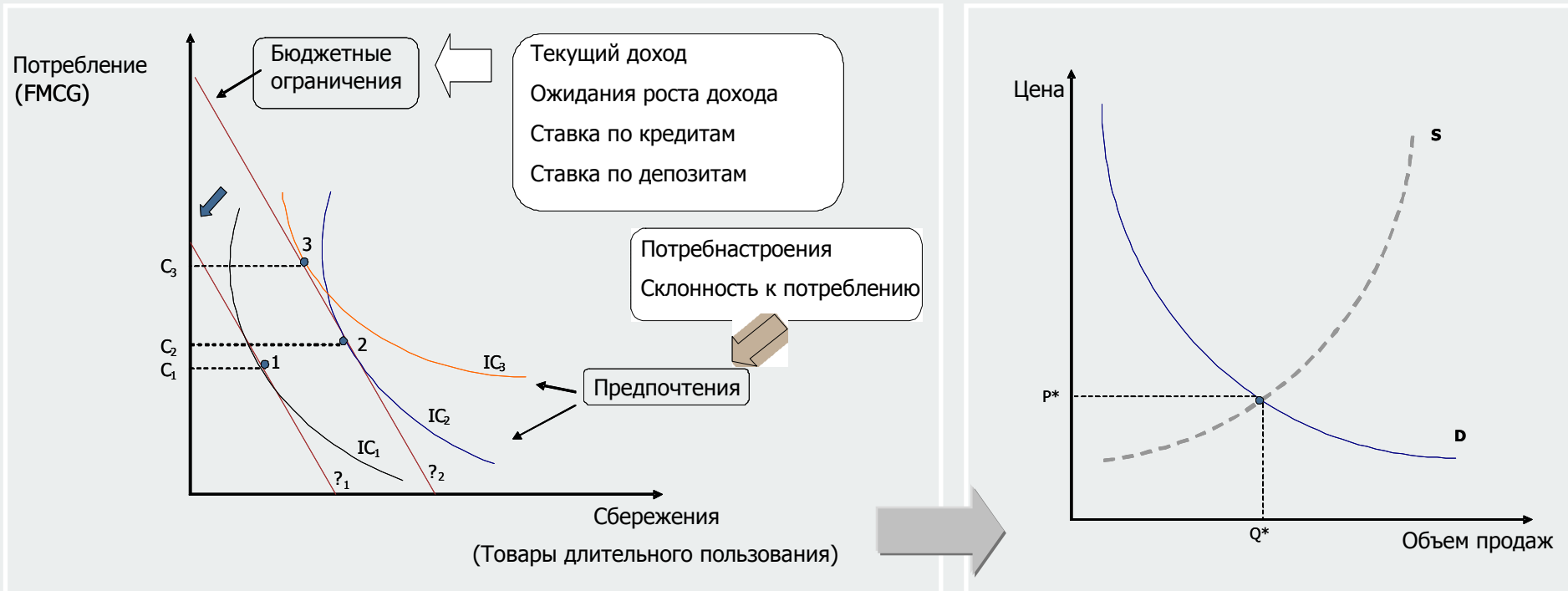
Источник: НБУ

GfK

- 1 Динамика благосостояния потребителей
- 2 Изменения в структуре затрат домохозяйств
- 3 Потребительские настроения, склонность к потреблению и сбережениям
- 4 **Так будет ли расти спрос?**

# Теория потребительского выбора и спроса

19

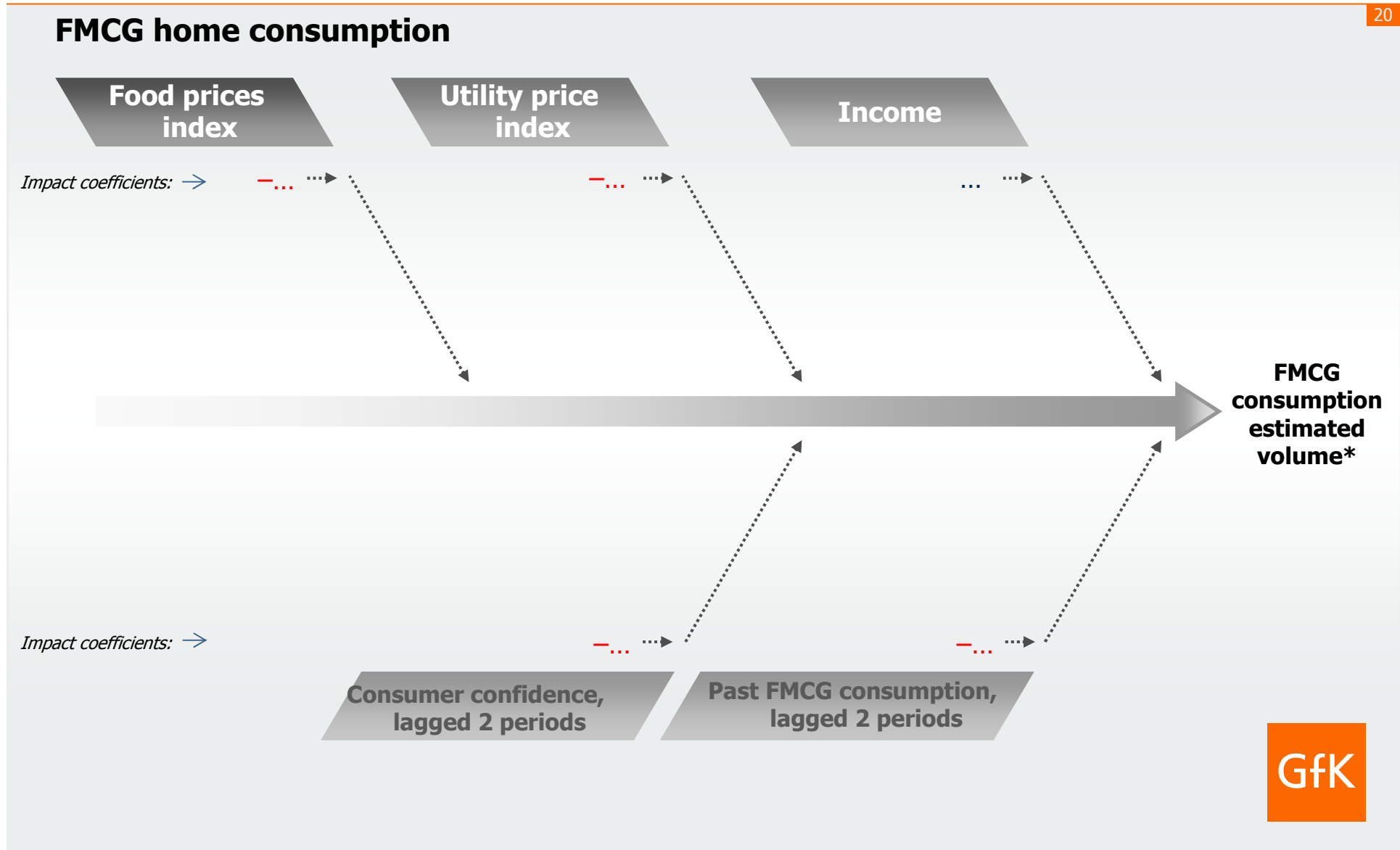


Согласно теории потребительского выбора, потребитель выбирает количество товаров, максимизирующее его полезность, с учетом предпочтений и бюджетных ограничений.

Бюджетные ограничения зависят от объективных факторов, а предпочтения определяются ценностями, потребительскими настроениями и ожиданиями.

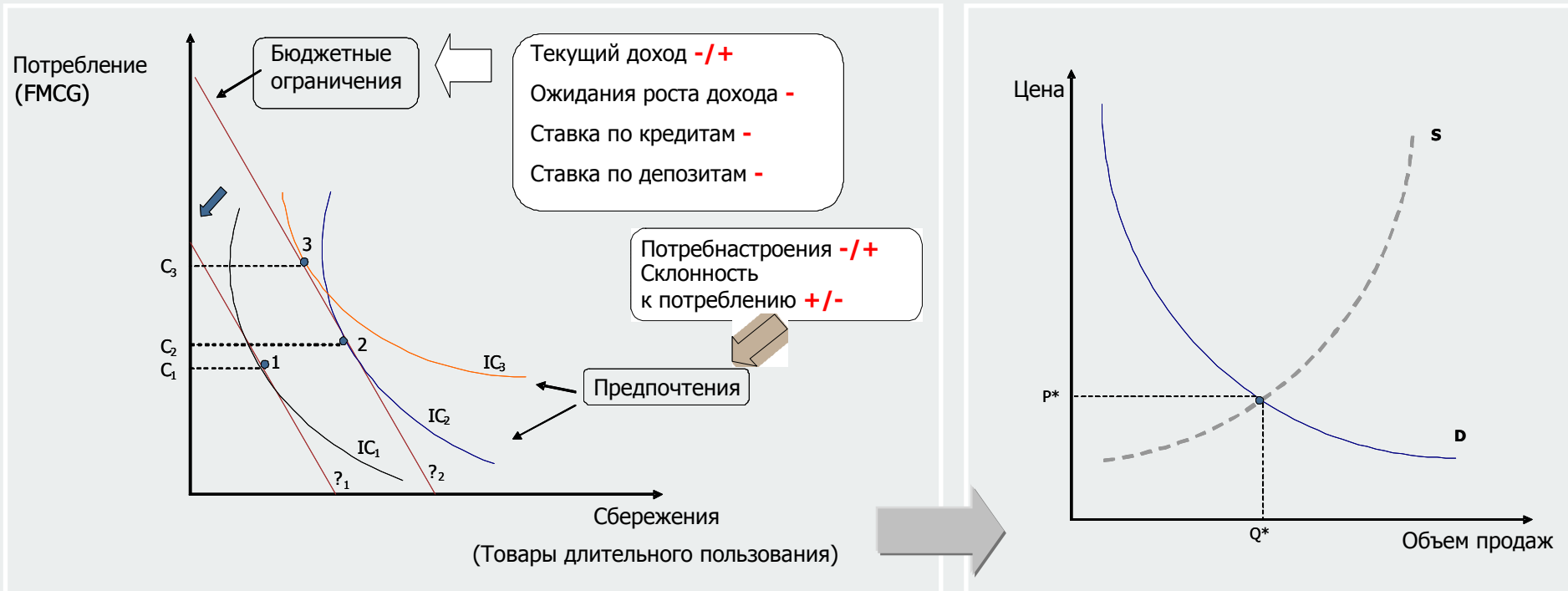
Спрос определяется ценой, доходами, ставками по кредитам и депозитам, объемом рекламы и потребительскими настроениями.

# Estimated FMCG home consumption model




# Итак, будет ли расти спрос?

21



Экономическая политика властей не позволит текущему доходу заметно вырасти. Низкое доверие к власти не позволит потребителю ожидать улучшения. Падение ставок по кредитам и депозитам в условиях роста цен рационально подтолкнут потребление, но его будет сдерживать эмоциональная боязнь.

Можно ожидать стабилизацию спроса на текущем уровне с отличиями по конкретным категориям товаров и услуг.



## **Украинский потребитель-2011: стоит ли ожидать роста внутреннего спроса**

Конференция «Медиа&реклама: ключевые тенденции развития медиарынка»

*Глеб Вышлинский, GfK Ukraine*

GfK