



Дослідницька пропозиція: споживчі настрої в Україні в 2011 році

Спільний проект GfK Ukraine та Міжнародного центру перспективних досліджень

Контактна особа: Дмитро Яблоновський

Відділ фінансових досліджень GfK Ukraine

dmytro.yablunovskyy@gfk.com

GfK

Навіщо потрібні дані по споживчих настроях

2

Якщо Ви **завжди першими** хочете дізнаватись,
...як зміняться споживчі настрої населення у наступному місяці
...які соціально-демографічні групи будуть провідниками цих змін

Якщо в умовах **поточної невизначеності** Ви **першими** хочете дізнатись,
...які соціально-демографічні групи потерпають від кризи найменше, а які
найбільше
...коли криза дістане «дна»

Передплачуйте **дослідження споживчих настроїв** — спільний проект GfK Ukraine та Міжнародного центру перспективних досліджень.



Чому саме дані по споживчих настроях

- ❑ Споживчі настрої вважаються leading indicator, тобто це показник, який є прогностичним індикатором потенційної зміни споживчого попиту в наступних періодах.
- ❑ Більшість статистичних показників публікуються із затримкою більше місяця, ми пропонуємо табличні дані вже у другій декаді, а звіт — у третій декаді наступного за звітним місяця.
- ❑ Індекси споживчих настроїв розраховуються на базі даних опитування, тож не містять потенційних похибок офіційної статистики, яка не покриває великої частки тіньової економіки.



3



Чому саме дані спільного проекту GfK Ukraine та Міжнародного центру перспективних досліджень

4

- ❑ В нашому розпорядженні є щомісячна динаміка показників, починаючи із 2000 р.
- ❑ Можливий аналіз індексів споживчих настроїв у розрізі регіону, типу населеного пункту, віку, фінансового стану, зайнятості — за посадою та галуззю тощо.
- ❑ Оскільки використана методика є міжнародна можливе порівняння індексів споживчих настроїв із іншими країнами, зокрема, США, Британії, Польщі.
- ❑ Можлива квартальна агрегація даних із метою більш детального аналізу різних соціально-демографічних груп.

Методологія опитування

5

- ❑ Індекс споживчих настроїв в Україні визначають на підставі вибіркового опитування громадян країни.
- ❑ Під час дослідження опитують 1 000 осіб віком від 15 до 59 років. Населення віком 15–59 років становить 61,3% всього населення України та є найактивнішою частиною споживачів.
- ❑ Вибірка є репрезентативною за статтю та віком, враховує міське та сільське населення і розмір населеного пункту.
- ❑ Статистичне відхилення не перевищує 3,2%.



Індекси споживчих настроїв, які ми розраховуємо

6

- ❑ Індекс поточного особистого матеріального становища
- ❑ Індекс очікуваних змін особистого матеріального становища
- ❑ Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року
- ❑ Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років
- ❑ Індекс доцільності робити великі покупки
- ❑ Індекс споживчих настроїв
- ❑ Індекс поточного становища
- ❑ Індекс економічних очікувань
- ❑ Індексу очікуваної динаміки безробіття
- ❑ Індексу інфляційних очікувань



Методологія розрахунку індексів (1)

7

Для визначення ICH респондентам ставлять такі запитання:

- ❑ Індекс поточного особистого матеріального становища (x1);

Як змінилося матеріальне становище вашої сім'ї за останні шість місяців?

- ❑ Індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2);

Як, на вашу думку, зміниться матеріальне становище вашої сім'ї впродовж наступних шести місяців?

- ❑ Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3);

Говорячи про економічну ситуацію в країні загалом, ви вважаєте, що наступні дванадцять місяців будуть для економіки країни сприятливим чи несприятливим часом?

- ❑ Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4);

Як би ви охарактеризували наступні п'ять років – як сприятливий чи несприятливий час для економіки країни?

- ❑ Індекс доцільності робити великі закупи (x5).

Як ви вважаєте, зараз загалом сприятливий чи несприятливий час робити великі закупи для дому?

Значення індексу обчислюють у такий спосіб: від частки позитивних відповідей віднімають частку негативних і до цієї різниці додають 100, аби уникнути появи від'ємних величин.

Методологія розрахунку індексів (2)

8

- ❑ На підставі цих п'яти індексів визначають три сукупні індекси:
 - індекс споживчих настроїв (ІСН) – середнє арифметичне індексів x_1 – x_5 ;
 - індекс поточного становища (ІПС) – середнє арифметичне індексів x_1 та x_5 ;
 - індекс економічних очікувань (ІЕО) – середнє арифметичне індексів x_2 , x_3 , x_4 .
- ❑ Значення індексів можуть змінюватися в межах від 0 до 200. Значення дорівнює 200, коли всі громадяни позитивно оцінюють економічну ситуацію. Індекс дорівнює 100, якщо частки позитивних і негативних оцінок однакові. Значення індексу менше за 100 означає перевагу в суспільстві негативних оцінок.
- ❑ Для визначення індексу очікуваної динаміки безробіття (ІОДБ) та індексу інфляційних очікувань (ІІО) респондентам ставлять такі запитання:
 1. Як ви вважаєте, у найближчі 12 місяців безробітних (людей, які не мають роботи і шукають її) буде більше, приблизно таке саме чи менше, ніж зараз?
 2. Як, на ваш погляд, змінюватимуться ціни на основні споживчі товари та послуги у найближчі один–два місяці?
- ❑ Значення ІОДБ та ІІО обчислюють у такий спосіб: від частки відповідей, що вказують на зростання безробіття (інфляції), віднімають частку відповідей, що вказують на зменшення безробіття (інфляції), і до цієї різниці додають 100, аби уникнути появи від'ємних величин. Значення цих індексів можуть змінюватися в межах від 0 до 200. Наприклад, значення індексу дорівнює 200, коли всі громадяни очікують зростання безробіття (інфляції).

Орієнтовний графік надання результатів

| Місяць, в якому здійснювалось опитування | Термін надання таблиць Excel | Термін надання аналітичного звіту |
|---|-------------------------------------|--|
| Січень | 16.02.2011 | 28.02.2011 |
| Лютий | 16.03.2011 | 30.03.2011 |
| Березень | 14.04.2011 | 29.04.2011 |
| Квітень | 17.05.2011 | 31.05.2011 |
| Травень | 15.06.2011 | 30.06.2011 |
| Червень | 15.07.2011 | 29.07.2011 |
| Липень | 12.08.2011 | 31.08.2011 |
| Серпень | 14.09.2011 | 29.09.2011 |
| Вересень | 13.10.2011 | 31.10.2011 |
| Жовтень | 16.11.2011 | 30.11.2011 |
| Листопад | 14.12.2011 | 27.12.2011 |
| Грудень | 18.01.2012 | 27.01.2012 |



Продукти та вартість дослідження

10

- ❑ Продукти дослідження: таблиці розподілу Excel українською мовою, аналітичний звіт українською та англійською мовами
- ❑ Вартість дослідження: 8250 грн. на рік (без ПДВ), тобто усього **687 грн. на місяць**
- ❑ Спосіб оплати: 100% після отримання результатів першої хвили

