

Индекс потребительского доверия в Украине растёт пятый квартал подряд, указывая на медленное, но уверенное восстановление настроений украинских потребителей.



По итогам четвертого квартала 2017 года индекс составил 61 пункт (что на 3 пункта выше, чем в III квартале 2017 года, и на 9 пунктов, чем в IVквартале годом ранее) – таковы результаты исследования потребительского доверия The Conference Board® Global Consumer Confidence™ Survey, подготовленного в сотрудничестве с Nielsen.

«Потребители стали смелее в затратах, но при этом мы видим, какими требовательными они стали в выборе товаров, услуг или брендов. Имея ограниченный бюджет, потребители хотят впечатлений и позитивных эмоций от совершения покупок. Интернет помогает потребителю сделать правильный выбор перед покупкой. Технологические изменения сделали путь потребителя более запутанным и сложным, с одной стороны; с другой стороны – это открывает новые возможности для брендов увеличить размер покупательской корзины», – полагает Вайос Диморагас, Генеральный директор Nielsen в Украине и Беларуси.

Индекс вычисляется по трем показателям: оценки потребителями перспектив на рынке труда в ближайшие 12 месяцев, уровня финансового благополучия в ближайшие 12 месяцев и готовность тратить деньги в данный момент. Увеличение индекса потребительского доверия в IV квартале 2017 года по сравнению с III кварталом 2017 года объясняется улучшением показателей по всем трем индикаторам.

Абсолютное большинство украинцев продолжают считать, что страна находится в состоянии кризиса, при этом число таковых незначительно возросло – 93% в IV квартале 2017 года по сравнению с 92% в III квартале 2017 года. Количество тех потребителей, которые считают, что страна не выйдет из кризиса в ближайшие 12 месяцев, снизилось до 66% в IV квартале 2017 года по сравнению с 74% в III квартале 2017 года.

Что беспокоит украинцев?

На первом и втором местах в списке беспокойств украинцев по-прежнему находятся переживания о росте тарифов на коммунальные услуги и война – по этому поводу беспокоятся 29% и 28% потребителей, соответственно. В топ пять причин для переживаний также попадают рост цен на продукты питания, экономика и здоровье.

На что тратят свободные деньги?

У 26% украинских потребителей не остается свободных средств после покупки товаров первой необходимости. Те, у кого они остаются, тратят свободные деньги на новую одежду (37%), делают сбережения (29%) и развлекаются вне дома (26%).

Значение индекса выше 100 пунктов говорит о преобладании в стране оптимистов, ниже 100 пунктов — пессимистов, а значение в 100 пунктов свидетельствует о равновесии между оптимистичными и пессимистичными ожиданиями от будущего.

Об индексе потребительского доверия компании Nielsen

Исследование потребительского доверия The Conference Board® Global Consumer Confidence™ Survey, подготовленное в сотрудничестве с Nielsen, проводилось в декабре 2017 года среди более чем 30 тысяч онлайн-потребителей из 63 стран мира. Всего было опрошено более 30 тысяч потребителей онлайн из 63 стран Азиатско-Тихоокеанского региона, Европы, Латинской Америки, Ближнего Востока, Африки и Северной Америки.

Выборка формировалась по половозрастным квотам для каждой страны с учетом количества пользователей Интернета в конкретной стране. Затем она была взвешена для достижения репрезентативности интернет-пользователей; максимальная погрешность выборки составляет $\pm 0,6\%$. Данное исследование Nielsen основывается на поведении только тех респондентов, у которых есть доступ в Интернет. Степень его проникновения варьируется в зависимости от страны. Компания Nielsen учитывает стандарты минимальных требований к формированию выборки: минимальная степень проникновения Интернета – 60%, или 10 миллионов интернет-пользователей для включения страны в исследование. Индекс потребительского доверия для Китая был сформирован при помощи особой методологии и включал в себя опрос 3500 респондентов.