

## МЕЖДУНАРОДНОЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ АГЕНТСТВО IFAK UKRAINE ПРЕЗЕНТУЕТ

### РЕЗУЛЬТАТЫ ПЕРВОЙ ВОЛНЫ РЕГУЛЯРНОГО МОНИТОРИНГА «EUROcustomer - 2012»

Опрос „Украинский потребитель“ был проведен в августе 2008 года в рамках мониторингового исследовательского проекта «EUROcustomer-2012», инициированного IFAK Germany. Данный опрос является частью международного исследования, реализуемого во Франции, Великобритании, Германии, Польше, Чехии, Венгрии, России, Украине. В 2012 году к участию в проекте будут подключены все страны Восточной и Западной Европы.

Выборочная совокупность в Украине составила =720 респондентов. Общая выборка проекта насчитывает более 10,000 респондентов из различных европейских стран.

Цель исследования – изучение потребительского рынка европейских стран и влияния «межкультурных» различий на его развитие.

## УКРАИНСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ: КАКОЙ ОН?

- Финансовое положение украинского потребителя за последний год (до сент.2008) в большинстве случаев либо осталось на том же уровне, либо улучшилось. У украинских потребителей были высокие ожидания относительно улучшения материального положения в будущем году.
- Украинцы (и это их отличает от потребителей других европейских стран) не против продемонстрировать свое богатство. Несмотря на то, что украинскому потребителю присущ высокий уровень «морализма», украинцы считают, что не нужно стыдиться своего состояния.
- Если немцы приобретают товары, прежде всего, ориентируясь на цену, а затем на качество, то украинцы – прежде всего, на качество, а затем на цену. При этом, для украинцев важен имидж бренда, в отличие от немецких потребителей.
- Украинцы в меньшей мере обращают внимание на уровень обслуживания в торговых точках, чем, например, немцы. Украинских потребителей намного меньше раздражают ситуации некомпетентности и недружественности со стороны продавцов.
- Украинцы в отличие от европейцев, часто ходят в магазины за продуктами в течение недели: каждый день или почти каждый день.

## УКРАИНСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ: КАКОЙ ОН?

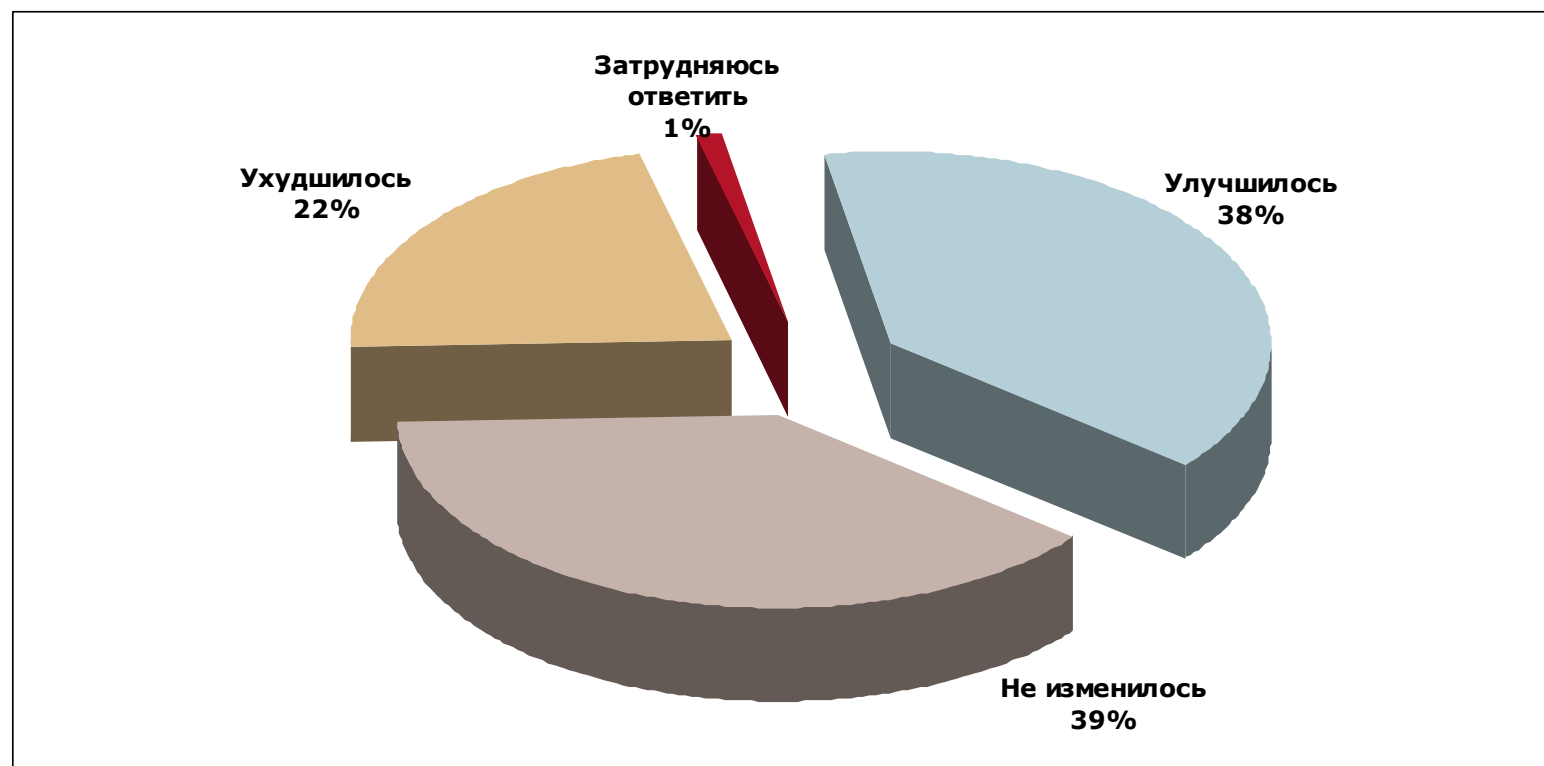
- Использование имиджа товаров различных стран в Украине - важный инструмент при продвижении товаров. Так, украинцы воспринимают собственные товары и товары из Польши – как товары с невысокой ценой. Товары из Германии, прежде всего, ассоциируются с качеством. Французские, в меньшей мере – итальянские товары, для украинцев означают «стиль, моду». Американские товары в большей мере ассоциируются с техническими инновациями.
- Производителям Чехии, России и Англии еще можно работать над имиджем собственных товаров: их образ у украинцев пока достаточно размыт. Товары класса-люкс чуть чаще ассоциируют с Англией, знание и науку – с Россией, а вот искусство и культуру – с Чехией и Италией.
- Украинские потребители хотели бы приобретать любые продукты питания, особенно, овощи, национального производства, а вот автомобили, бытовую технику, одежду/обувь, товары для дома - предпочтительнее производства других стран.

## Финансы:

### - Текущая финансовая ситуация-

Как бы Вы оценили Ваше сегодняшнее материальное положение по сравнению с материальным положением 3 года назад?

Base: Ukraine = 720



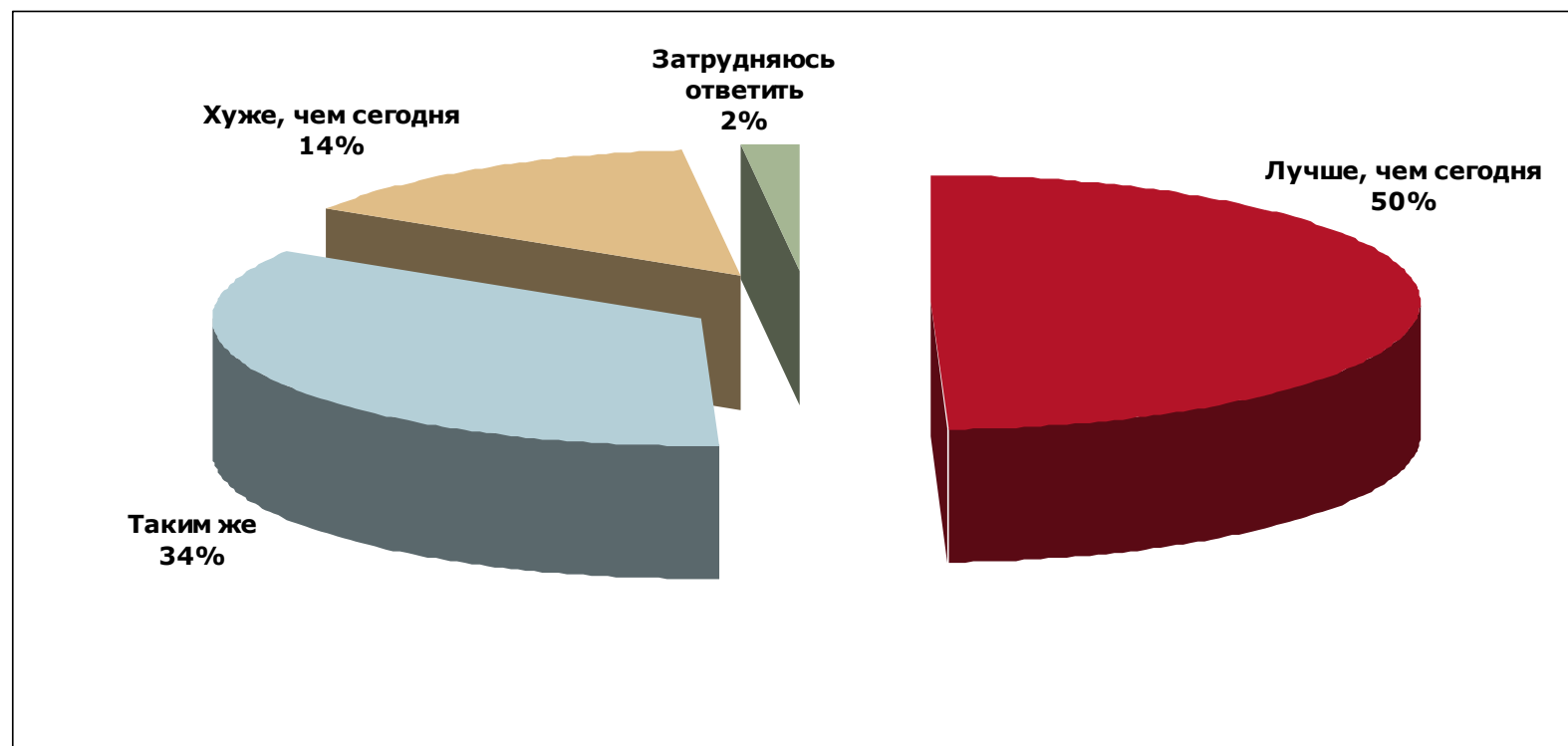
Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt

## Финансы:

### - Текущая финансовая ситуация -

Как Вы представляете Ваше сегодняшнее материальное положение через три года?

Base: Ukraine = 720

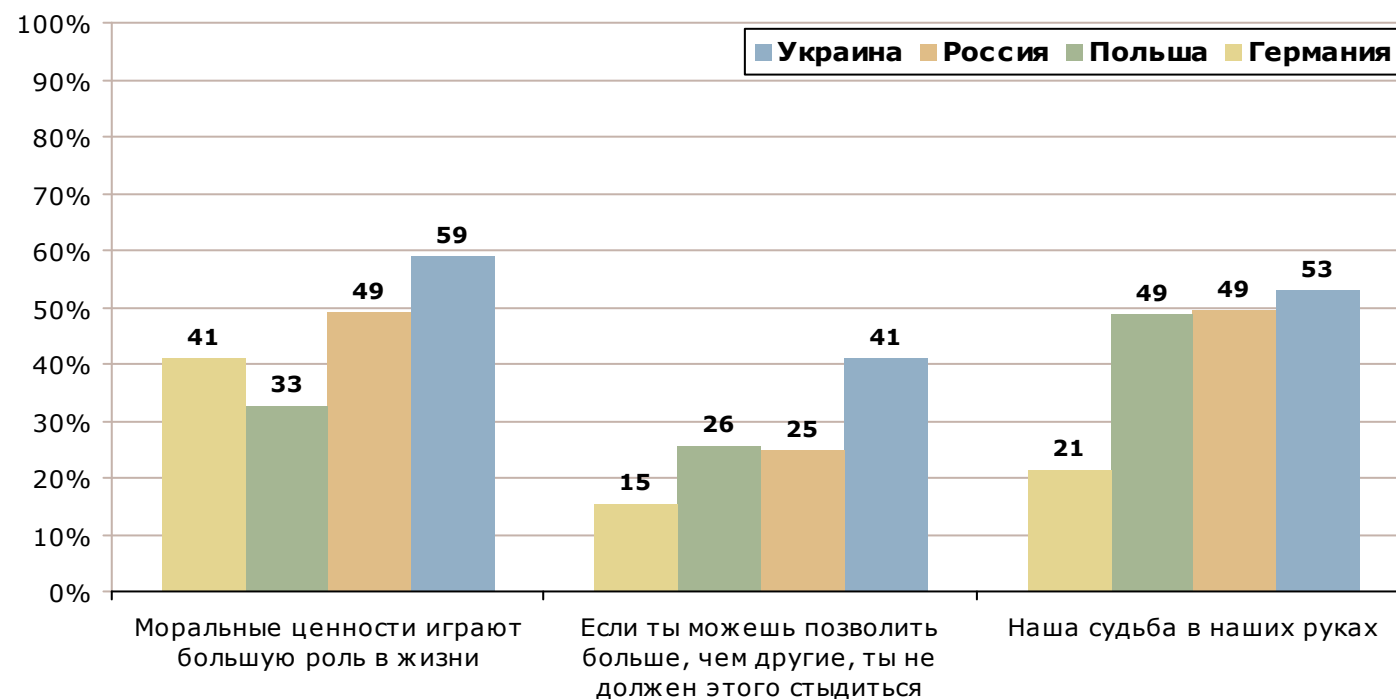


Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt

## Отношение к жизни в целом

Насколько Вы согласны со следующими утверждениями?

Base: Germany = 1002, Poland = 1024, Russia: 998, Ukraine = 720



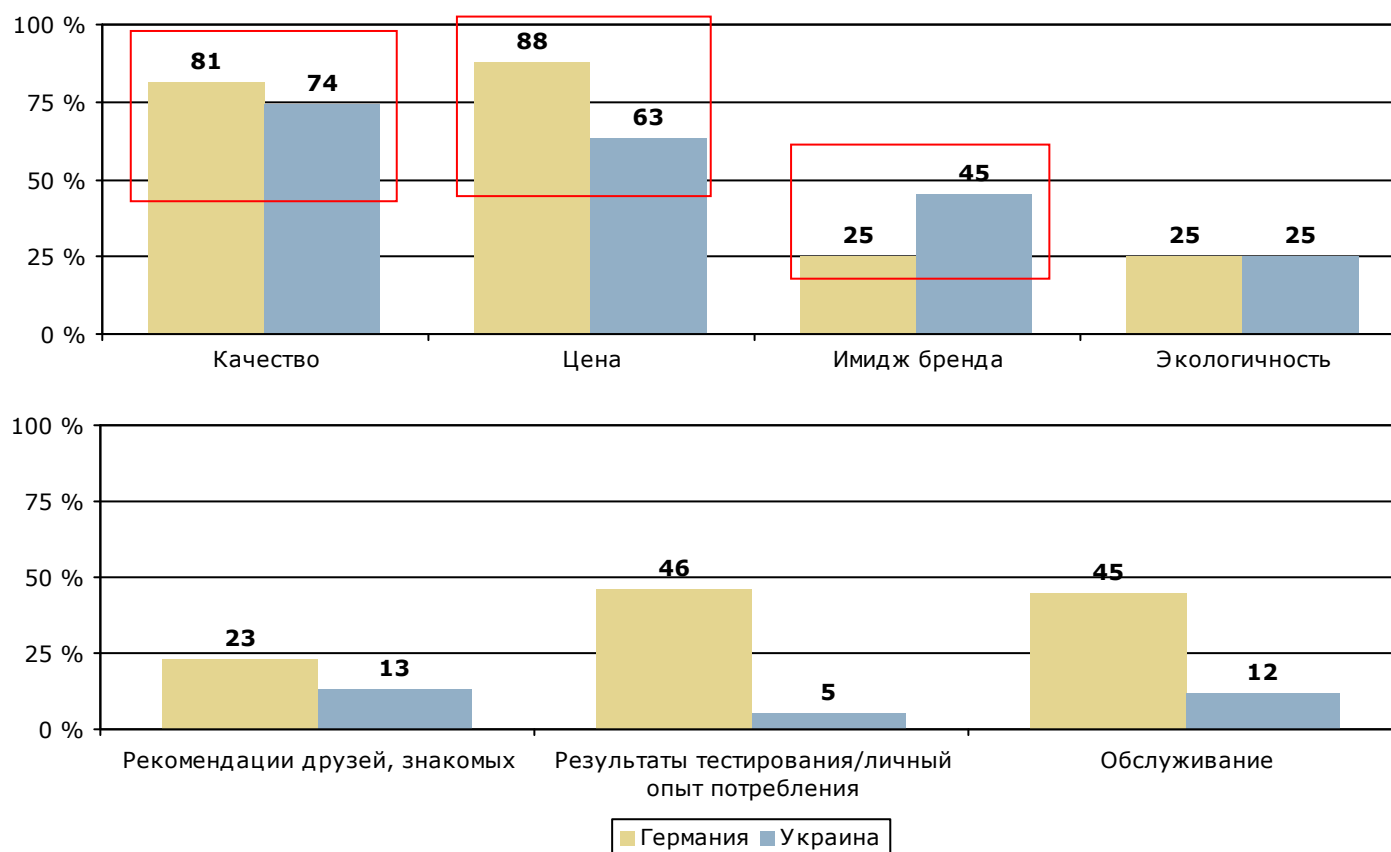
Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt

## Покупательское поведение:

### - Критерии, на которые обращается внимание при покупке -

В целом, что для Вас важно при выборе продукта или услуги?

Base: Germany n = 1.192, Ukraine n = 720



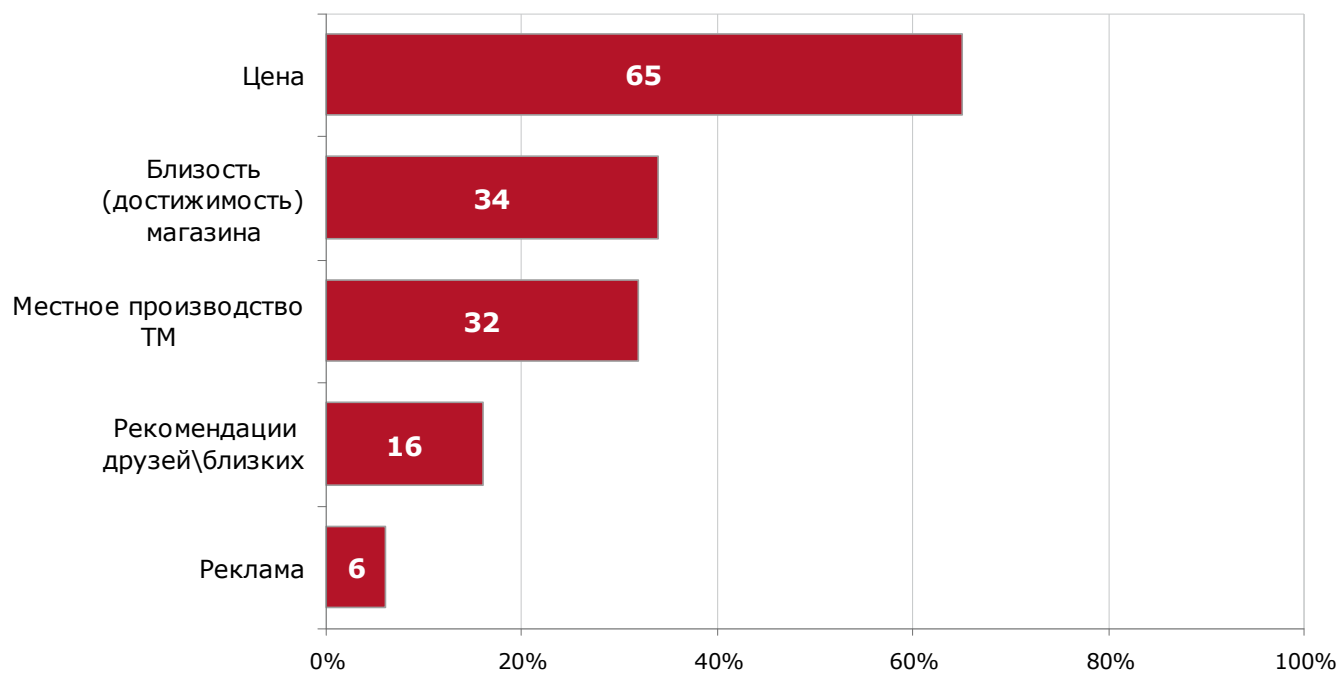
Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt

## Покупательское поведение:

### - Критерии, влияющие на выбор торговой точки -

Какие из предложенных критериев в наибольшей степени влияют на совершение Вами покупки в том или ином магазине?

Base: Ukraine n = 720



Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt

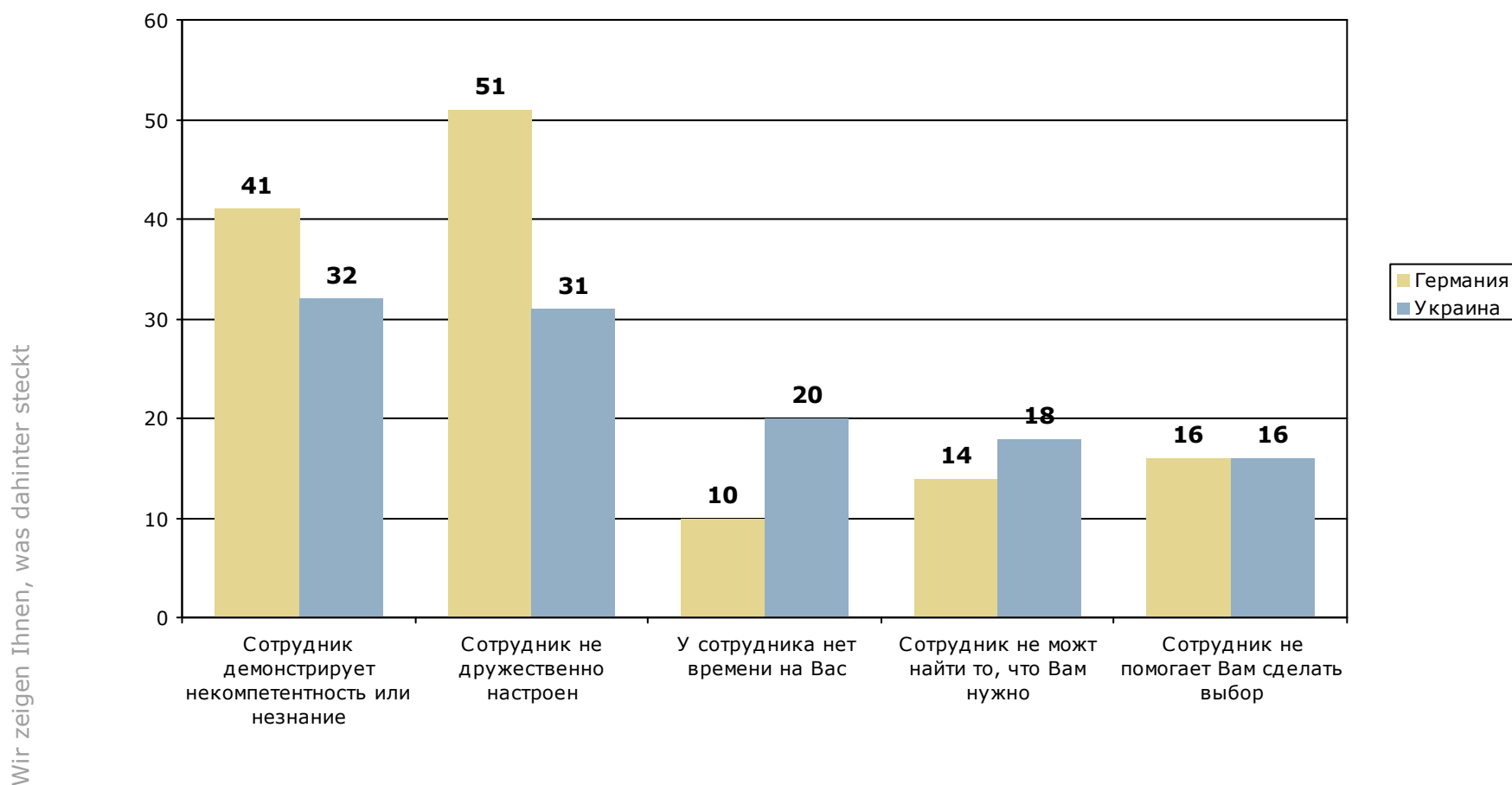


## Обслуживание покупателей:

### -Что раздражает при покупке? -

Мы предлагаем Вам посмотреть на список ситуаций, которые раздражают потребителей. Выберите три ситуации, которые раздражают Вас больше всего....

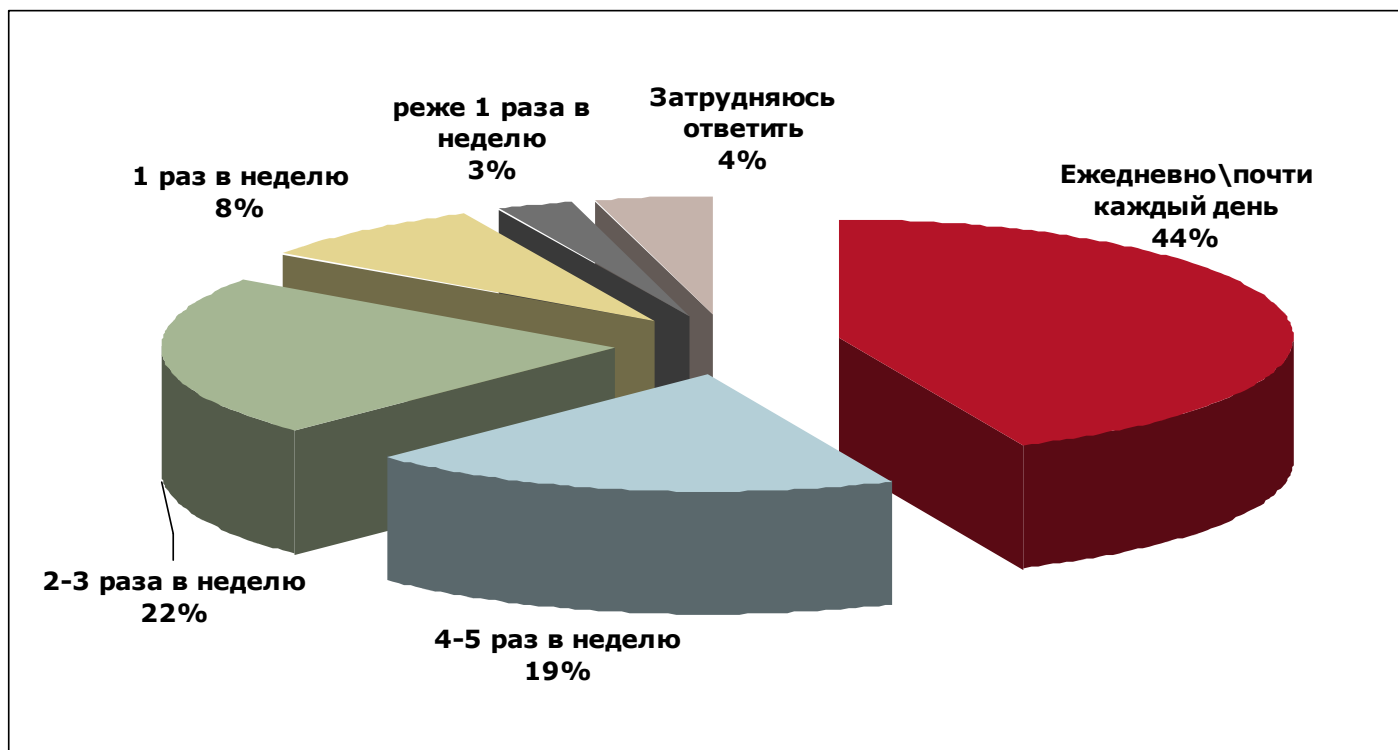
Base: Germany n = 1.192, Ukraine n = 720



## Покупательское поведение: - Частота покупок в неделю-

Сколько раз в неделю Вы совершаете покупку продуктов питания и товаров для дома?

Base: Ukraine n = 720



Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt

## Восприятие продуктов разных стран

Что именно из предложенного списка Вы связываете с продуктами каждой конкретной страны?

Base: Ukraine n = 720

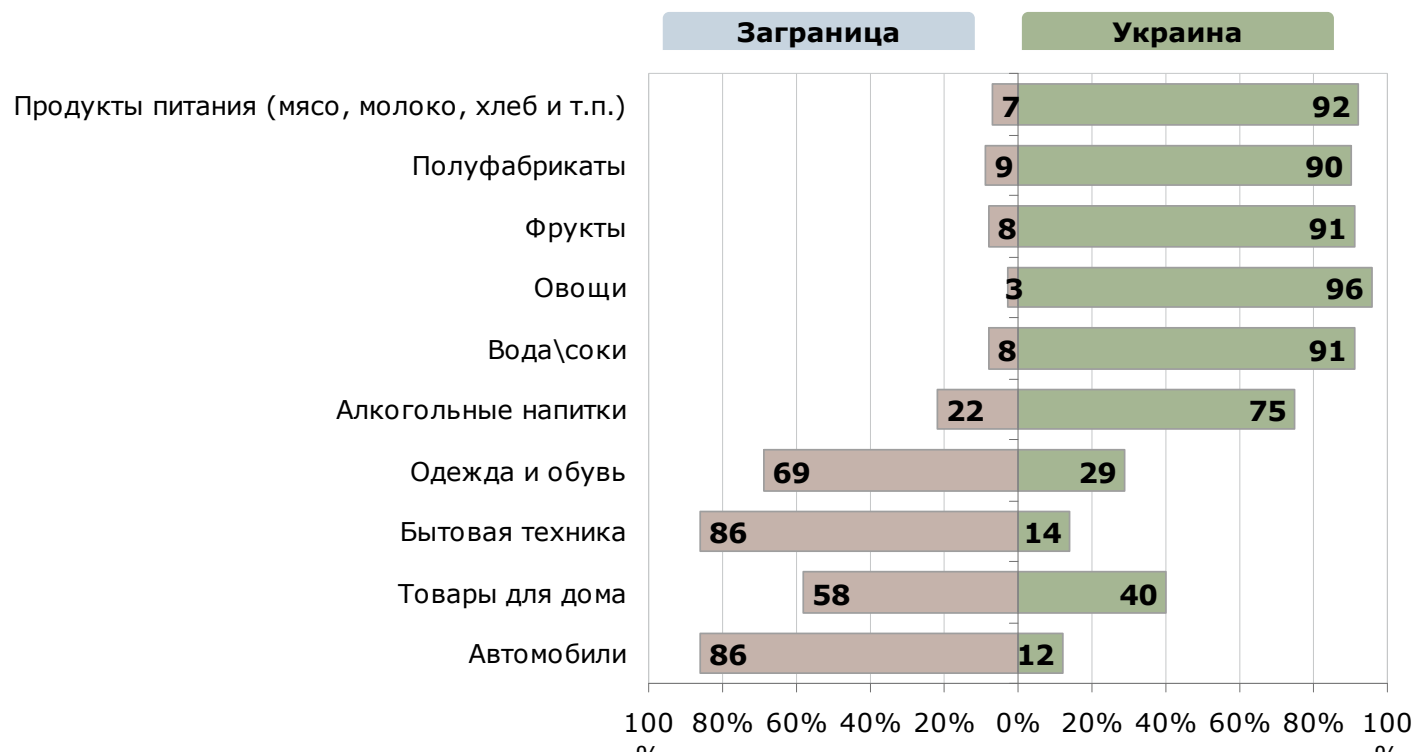
	Украина	Германия	Италия	Франция	Англия	США	Чехия	Россия	Польша
невысокая цена	<b>51</b>	1	2	-	3	5	19	34	<b>47</b>
хорошее качество	21	<b>67</b>	24	18	34	29	30	28	21
искусство, культура	17	3	22	18	11	2	23	15	12
знание, наука	15	6	2	3	15	15	9	21	6
стиль, мода	5	6	<b>52</b>	<b>64</b>	10	5	11	6	11
технические инновации	4	25	5	3	24	<b>52</b>	5	13	4
товары класса люкс	2	21	17	21	25	14	8	5	6

Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt

## Восприятие товаров разных стран

Что для Вас приоритетнее: покупать продукты, сделанные за границей или в Украине?

Base: Ukraine n = 720



Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt

If less than 100 %: Don't know/No answer



**Kishor H. Sridhar**  
Head of International Research  
+38(0)678843325  
+49(0)6128 / 747-552  
kishor.sridhar@ifak.com



**Sergey Govoruha**  
Managing Director Ukraine  
+38(0)44 2349-641  
+38(0)67 624-09-63  
govoruha@ifak.com.ua

**Thank You – Danke - Спасибо !**

Wir zeigen Ihnen, was dahinter steckt