

Tyrimas: Lietuvos vartotojų nuotaikos – prasčiausios per dvejus metus

Lietuvos gyventojai vieninteliai Baltijos šalyse, kurių nuotaikos paskutinįjį 2015 metų ketvirtį, palyginti su trečiuoju, pastebimai smuko. Mūsų šalies vartotojų pasitikėjimo indeksas per tris mėnesius nukrito 7 balais ir pasiekė 81. Tai yra žemiausias taškas per pastaruosius dvejus metus. Tokias tendencijas atskleidė rinkos tyrimų bendrovės „Nielsen“ atliktas tyrimas.

„Nagrinėjant tyrimo duomenis galima pastebėti, kad buvę optimistiškiausi Baltijos šalyse, lietuvai paskutiniaisiais metų mėnesiais šią vietą užleido estams. Vartotojų pasitikėjimo indeksas Estijoje paaugo 9 punktais ir pasiekė 89, taip viršydamas net priešskizinį lygį. Šis rodiklis Latvijoje, palyginti su trečiuoju metų ketvirčiu, nežymiai ūgtelėjo ir pasiekė 76“, – sako Asta Ivanauskienė, rinkos tyrimų bendrovės „Nielsen“ vartotojų tyrimų skyriaus vadovė.

Pasak jos, Europos vartotojų pasitikėjimo indeksas paskutinįjį metų ketvirtį išliko nepakitęs ir siekė 81.

Metų pabaigoje nebuvo linkę išlaidauti

Tyrimo duomenimis, pastaruosiu metu Lietuvoje padaugėjo gyventojų, neigiamai vertinančių šalies ekonominę padėtį. Vartotojų, manančių, kad šalis šiuo metu patiria ekonominę recesiją padaugėjo nuo 46 proc. iki 50 proc. Taip pat 4 procentiniais punktais padaugėjo manančių, kad šalis iš ekonominės recesijos per artimiausius metus neišsikapstys – dabar taip galvoja 69 proc. gyventojų.

Tačiau bendras pesimistines nuotaikas labiausiai nulėmė ne visos šalies ekonominės situacijos suvokimas, o suprastėjęs asmeninių finansų vertinimas. Beveik pusė Lietuvos gyventojų mano, kad per artimiausius 12 mėnesių jų finansinė padėtis bus prasta arba labai prasta. Trečiąjį praėjusių metų ketvirtį taip manančių gyventojų buvo 43 proc.

„Įvertindami daiktų kainas ir savo asmeninių finansų padėtį, beveik trys ketvirtadaliai vartotojų atsakė, kad jiems šis metas yra nepalankus arba prastas įsigyti reikalingų prekių. Taip teigiančių 2015 metų pabaigoje buvo 7 proc. daugiau negu trečiąjį metų ketvirtį ir tai yra prasčiausias vertinimas per pastaruosius dvejus metus“, – sako A. Ivanauskienė.

Be to, 22 proc. lietuvių nerimauja dėl savo darbo vietos išsaugojimo, o apskritai darbo rinkos perspektyvas ateinančiais metais neigiamai vertina daugiau nei pusė mūsų šalies gyventojų.

Nejaučia nerimo dėl imigracijos

Tačiau lietuviai, priešingai nei daugelis kitų europiečių, nejaučia nerimo dėl imigracijos. Nors tai šiuo metu yra viena daugiausiai diskusijų keliančių temų Europoje, mūsų šalies gyventojai išlieka ramiausi Baltijos šalyse ir vieni ramiausių ES.

„Tik 3 proc. Lietuvos gyventojų jaučia nerimą dėl imigracijos. Tuo tarpu Latvijoje ir Estijoje atitinkamai 13 proc. ir 15 proc. gyventojų nerimauja dėl imigracijos ir iššūkių, kuriuos jų šalyse galėtų sukelti šis reiškinys“, – sako A. Ivanauskienė.

Lietuvos vartotojai taip pat nejaučia terorizmo grėsmės. Dėl to nerimauja tik 4 proc. mūsų šalies gyventojų, o Latvijoje ir Estijoje jų dalis atitinkamai siekia 13 proc. ir 8 proc.

Apie vartotojų pasitikėjimo ir išlaidų planavimo tyrimą

„Nielsen“ pasaulinis vartotojų pasitikėjimo ir išlaidų planavimo tyrimas pradėtas vykdyti 2005 m. Kas ketvirtį 60 valstybių, esančių Azijos ir Ramiojo vandenyno regione, Europoje, Lotynų Amerikoje, Vidurio Rytuose ir Afrikoje bei Šiaurės Amerikoje, 30 000 respondentų internetu apklausiami apie darbo perspektyvas, asmeninius finansus ir neatidėliotinas išlaidas. Pagrindinį lygį (100) viršijantis ar

DOING
RIGHT
THINGS
FOR THE
RIGHT
REASONS

UAB „Nova media LT“
J. Galvydžio g. 7/
Žygio g. 97
LT-08236 Vilnius
T: +370 5 274 5422
E: komanda@novamedia.lt

Įmonės kodas 301673262
PVM kodas LT100004855518
Danske Bank
LT867400033488423810

www.novamedia.lt

jo nesiekiantis vartotojų pasitikėjimo rodiklis atitinkamai rodo optimizmą ar pesimizmą. Apklausoje dalyvauja skirtingo amžiaus ir lyties žmonių kiekiai, priklausomai nuo šalies interneto vartotojų, kurie yra paskirstomi taip, kad atspindėtų interneto vartotojų nuomonę. Paklaidos tikimybė yra $\pm 0,6$ proc.

Apie bendrovę NIELSEN

„Nielsen“ yra tarptautinė veiklos vertinimo sprendimų kompanija, teikianti visapusišką informaciją apie vartotojų elgesį – ką jie stebi ir ką perka. Stebėjimo segmente žiniasklaidos ir reklamos sričių klientams bendrovė teikia auditorijų matavimo paslaugas, pirkimo segmente bendrovė vienintelė siūlo pasaulinį plataus vartojimo prekių mažmeninės prekybos vertinimą. Integruodama stebėjimo ir pirkimo segmentus ir kitus informacijos šaltinius, „Nielsen“ teikia klientams pasaulinio lygio statistiką bei įžvalgas, kurios prisideda gerinant verslo rezultatus. „Nielsen“, „Standards&Poors“ 500 bendrovė, veikia daugiau nei 100 šalių, kurios apima daugiau nei 90 proc. pasaulio populiacijos. Daugiau informacijos apie bendrovę interneto svetainėje www.nielsen.com