

Ipsos Global Advisor в Україні

Вплив COVID-19 на витрати українців

липень 2020

хвиля 143.1



IPSOS GLOBAL ADVISOR: ДИЗАЙН ДОСЛІДЖЕННЯ



	в Україні	в Світі
Цільова аудиторія:	Населення України 18-74 років, за виключенням тимчасово окупованих територій	Населення країн 16/18*-74 років
Метод:	онлайн панель	онлайн панель
Географія:	Міста з населенням 50 тис+	28 країн
Вибірка:	888 респ за хвилину Репрезентативна за статтю, віком, регіоном, типом населеного пункту Зважується відповідно до останніх даних Держкомстату України	1000/500* за хвилину Зважується відповідно до останнього перепису населення
Помилка вибірки	Не перевищує 3,4%	Не перевищує 4,4%
Хвиля	Друга хвиля в Україні, липень	Хвиля 143, липень
Періодичність	4 хвилині на рік	щомісяця

КОРОТКО. ВИСНОВКИ - 1

Ipsos у другій хвилі світового опитування Global Advisor продовжив заміряти вплив пандемії COVID-19 на життя українців. Зокрема, вплив коронавірусу на витрати українських домогосподарств – чи те, як змінилися вони і, якщо так, то яким чином.

64% респондентів вказали, що в цілому з початку пандемії їхні витрати та витрати їхніх родин збільшилися – 31% відзначили, що їхні витрати значно збільшилися, 33% - дещо збільшилися.

Серед причин, що призвели для збільшення витрат половина (51%) вказали на те, що в них з'явилися **додаткові витрати**, пов'язані з тим, що вони наразі більше часу проводять вдома (в т.ч. працюють). Принагідно Згідно з даними нашого іншого дослідження Consumer Barometer*, на початку квітня 37% українців частково або повністю працювали у віддаленому режимі (відповідно 72% серед тих, хто працював у той час).

Окрім цього, досить значна частина респондентів (41%) були змушені робити **більш дорогі покупки** (наприклад, продукти харчування, господарські товари, товари для особистої гігієни і т. д.) або платити за доставку товарів внаслідок закриття магазинів.

КОРОТКО. ВИСНОВКИ - 2

Кожний п'ятий (21%) більше витрачав на товари та послуги, щоб **зняти напругу, викликану карантинном/** ізоляцією, наприклад, продукти харчування, алкоголь, меблі, електроніка, книги, іграшки

Ймовірно у наслідок цього, збільшилися витрати на продукти харчування та господарські товари (62% опитаних), комунальні послуги та послуги телефонного зв'язку, інтернет-послуги (49%), товари особистої гігієни та косметика (41%). При цьому згідно з результатами Ipsos Consumer Barometer, на початку карантинних заходів (кінець березня) 69% опитаних не збиралися економити на продуктах харчування, 52% - мобільному зв'язку та інтернет послугах, 27% - на комунальних послугах.

З початку епідемії коронавірусу у 45% респондентів збільшилися витрати на медицину та ліки в цілому, 4% опитаних платили за медичне обслуговування, безпосередньо пов'язане з COVID-19.

Щодо зменшення витрат, то з початку коронавірусу 30% стали менше витрачати на розваги, 27% - на транспорт і стільки ж – 27% - на одяг, взуття, аксесуари.

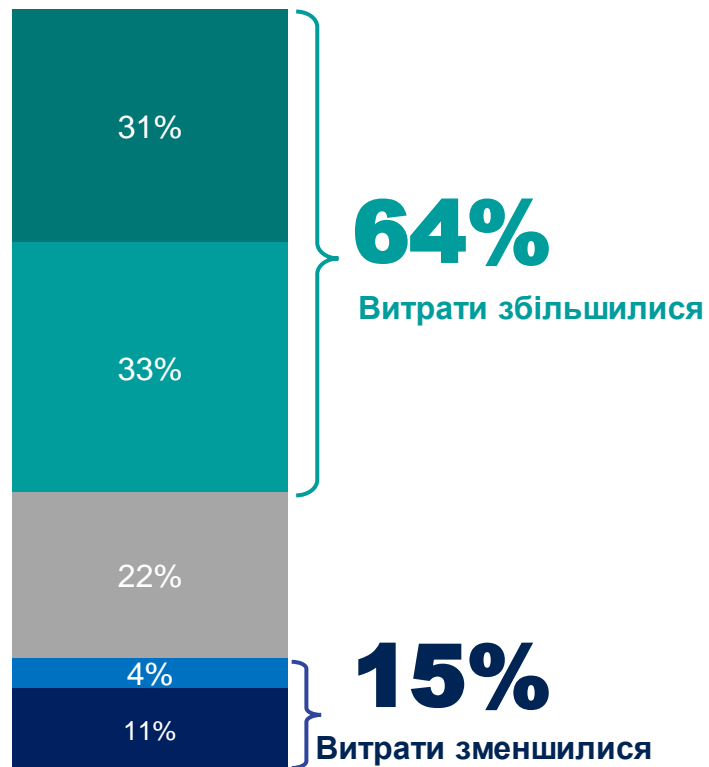
Вплив COVID-19 на витрати українців окрім короткострокового ефекту, позначився також і на змінах їхніх установок на майбутнє – більшість налаштовані витрачати менше.

ЗМІНИ У ВИТРАТАХ ЧЕРЕЗ COVID-19

U1. В цілому, збільшилися або зменшилися чи Ваші витрати і витрати Вашої родини на продукти харчування, товари і послуги з моменту спалаху коронавірусної інфекції?

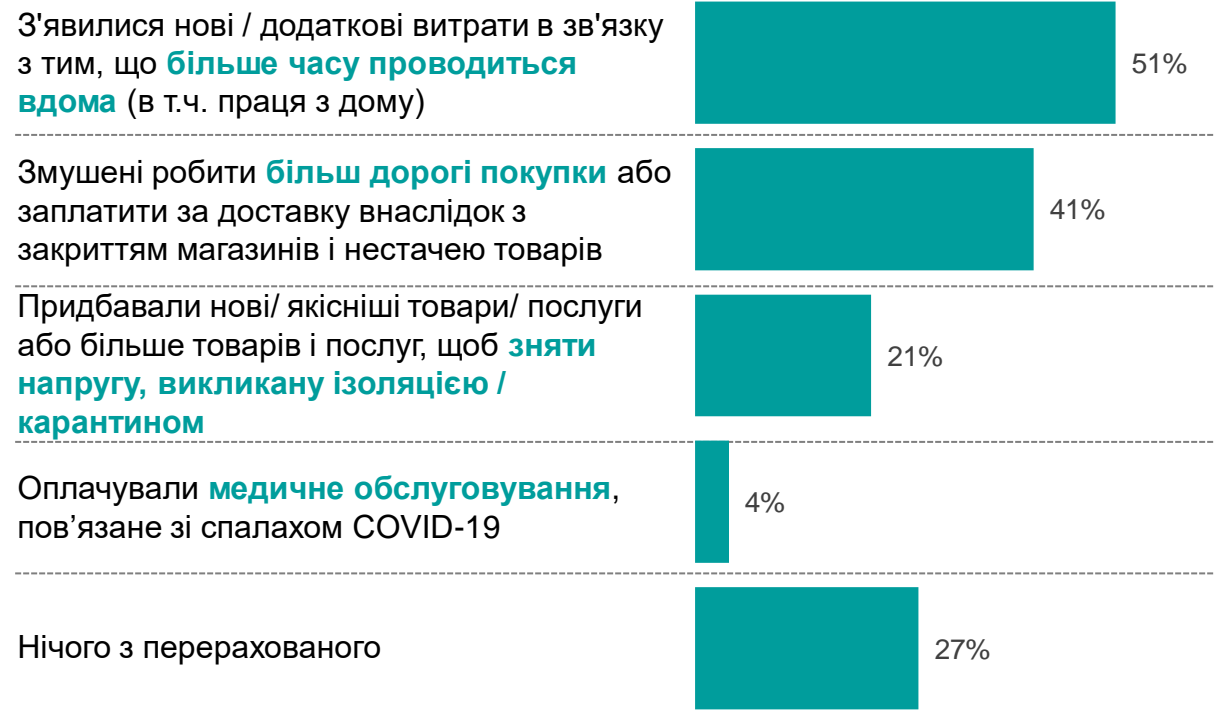
U3. Якщо говорити про Ваші витрати і витрати Вашої сім'ї на продукти харчування, товари і послуги з моменту спалаху коронавірусної інфекції, здійснювали Ви що-небудь або стикалися з чим-небудь з перерахованого?

Зміни у витратах



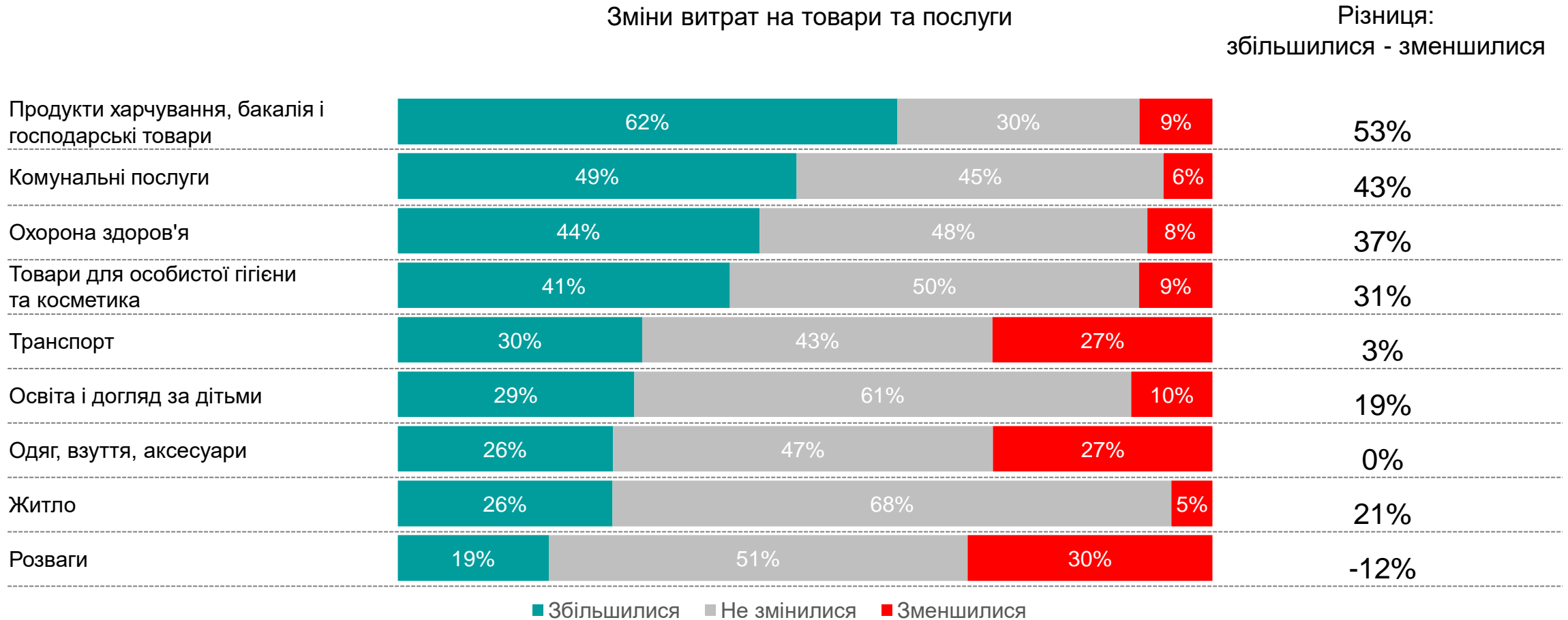
- Значно збільшилися
- Трохи збільшилися
- Не змінилися
- Трохи зменшилися
- Значно зменшилися

Причина змін у витратах



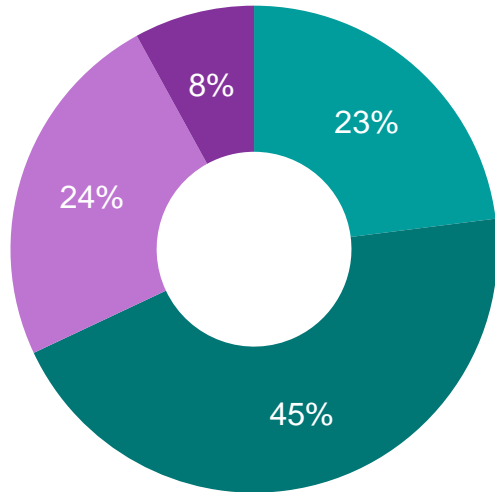
ЯК ЗМІНИЛИСЯ ВИТРАТИ ЧЕРЕЗ КОРОНАВІРУС

U2. Якщо говорити більш конкретно, то як змінилися Ваші витрати і витрати Вашої родини на наступні види товарів і послуг з моменту спалаху коронавірусної інфекції: збільшилися, зменшилися або залишилися без змін?



ДОВГОСТРОКОВИЙ ЕФЕКТ COVID-19 НА НАМІР ЕКОНОМИТИ

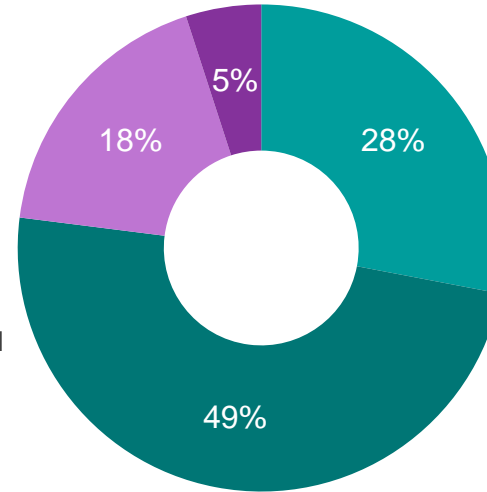
Q17. На скільки Ви згодні або не згодні з кожним із наступних тверджень щодо довгострокового впливу коронавірусу:



68%

будуть менше витратити і більше економити на надзвичайні ситуації

- Повністю згоден
- Скоріше згоден
- Скоріше не згоден
- Повністю не згоден



77%

будуть економити та скоріше повторно використовувати, ніж купувати кожного разу нове

IPSOS

Про компанію та проект стисло

IPSOС – МІЖНАРОДНА КОМПАНІЯ З МАРКЕТИНГОВИХ ТА СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ. ПОСІДАЄ ТРЕТЄ МІСЦЕ У СВІТІ

РІК ЗАСНУВАННЯ

1975 2004

ФРАНЦІЯ,
ПАРИЖ

УКРАЇНА,
КИЇВ

89

КРАЇН

75

ВИДІВ ДОСЛІДЖЕНЬ

Серед яких у суспільно-політичній сфері:

- Покращення публічної політики
- Міжнародні соціальні дослідження
- Опитування громадської думки/політичні опитування
- Global Advisor
- Дослідження суспільно-політичних трендів

ПОНАД

18,000 60

СПІВРОБІТНИКІВ
В СВІТІ

СПІВРОБІТНИКІВ
В УКРАЇНІ

16

РОКІВ В УКРАЇНІ

IPSOS GLOBAL ADVISOR

- Ipsos Global Advisor - міжнародний моніторинг громадської думки, настроїв громадян різних країн.
- Ipsos Global Advisor проводиться з 2017 року у 28 країнах світу.
- Дані включено до таких глобальних аналітичних звітів:
 - Global Consumer Confidence Index
 - What Worries the World (WWW)

У березні 2020 року Україна приєдналась до цього міжнародного дослідження.



<https://www.ipsos.com/ua-ua/global-advisor>

<https://www.ipsos.com/en/global-advisor>

IPSOS GLOBAL ADVISOR. ПЛАН ПРОВЕДЕННЯ В УКРАЇНІ

№ хвили	Питання до	Початок польових робіт	Завершення польових робіт	Результати
140	Пн, 9 березня, 2020	Пт, 25 березня, 2020	Пт, 10 квітня, 2020	Пт, 15 квітня, 2020
143	Пн, 8 червня, 2020	Пт, 19 червня, 2020	Пт, 3 липня, 2020	Пт, 10 липня, 2020
146	Пн, 14 вересня, 2020	Пт, 25 вересня, 2020	Пт, 9 жовтня, 2020	Пт, 16 жовтня, 2020
149	Пн, 7 грудня, 2020	Пт, 18 грудня, 2020	Пт, 1 січня, 2020	Пт, 8 січня, 2020

НАША КОМАНДА

ВЛАДИСЛАВ ШИМАНСЬКИЙ
Асистент менеджера проектів
відділу соціально-політичних
досліджень

Ipsos in Ukraine

vladyslav.shymanskyi@ipsos.com



ОЛЕНА СІЛЕЦЬКА

Керівниця

відділу соціально-політичних
досліджень

Ipsos в Україні

Olena.Siletska@ipsos.com



ABOUT IPSOS

Ipsos - третій за величиною гравець на світовому ринку маркетингових досліджень. Компанія має офіси в 90 країнах, в яких працюють 18,000 співробітників. У російському офісі Ipsos працює 500 співробітників.

Дослідники, аналітики та науковці Ipsos створили унікальні інструменти, які дають справжнє розуміння поведінки, думок і мотивацій людей як громадян, споживачів, пацієнтів, клієнтів і співробітників. Ми допомагаємо знайти потужні інсайти для бізнесу. Ipsos сьогодні - це 75 бізнес-рішень і 5000 клієнтів по всьому світу.

Компанія була заснована в 1975 році у Франції. З 1-го липня 1999 акції Ipsos котирується на Паризькій біржі Euronext. Компанія входить до фондового індексу SBF 120 і Mid-60, має право на Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com
www.ipsos.com/ua

GAME CHANGERS

У сучасному мінливому світі потреба в надійній інформації для прийняття впевнених рішень стала актуальнішою, ніж будь-коли.

Ми в Ipsos віримо, що нашим клієнтам потрібен не просто постачальник даних, їм потрібен партнер, здатний надати точну і релевантну інформацію і витягти з неї практично застосовну суть.

Ось чому наші невтомні допитливі експерти не тільки проводять найнадійніші дослідження, а й готують звіти на їх основі так, щоб забезпечити справжнє розуміння суспільства, ринків і людей.

Для цього ми використовуємо найкращі наукові досягнення, технології і ноу-хау, застосовуючи принципи 4S (security, simplicity, speed і substance) до всього, що ми робимо.

Все це для того, щоб наші клієнти могли діяти більш швидко, більш інтелектуально і більш рішуче. Зрештою, успіх приходить, коли спираєшся на принцип:

ТИ ДІЄШ КРАЩЕ, КОЛИ ТИ ВПЕВНЕНИЙ.



**BE
SURE.
GO
FURTHER.**

GAME CHANGERS

