

ПОКУПКИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

Опрос Ipsos Global Advisor

27 January, 2021



SHOP

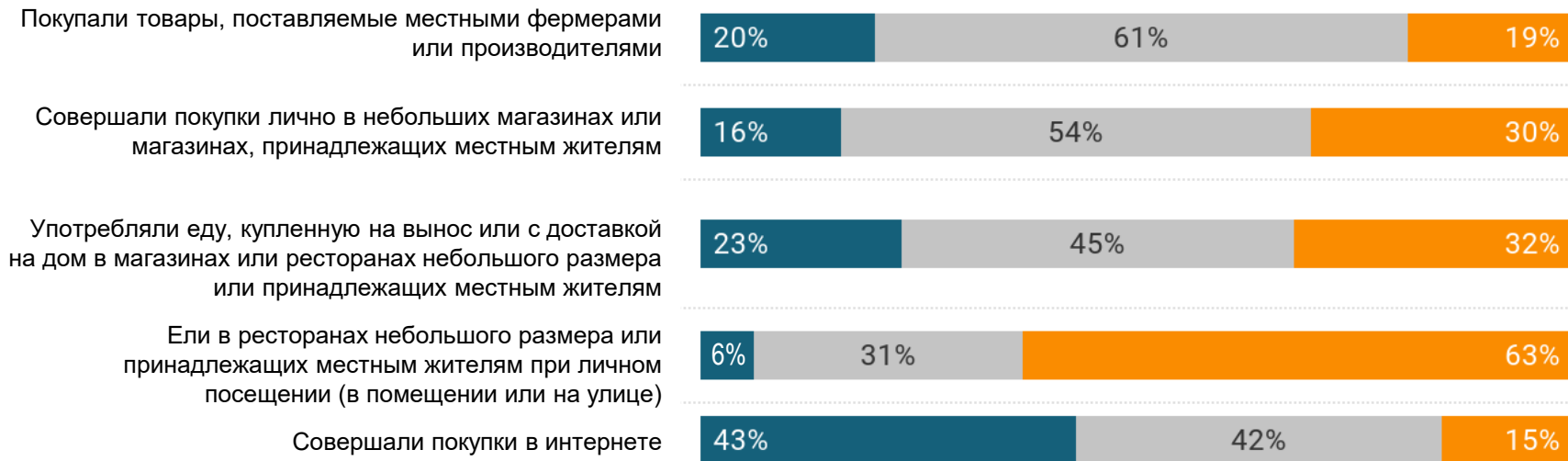
GAME CHANGERS



ГЛОБАЛЬНО ЛЮДИ НЕ МЕНЯЛИ СВОИХ ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПРИВЫЧЕК В ОТНОШЕНИИ НЕБОЛЬШИХ БИЗНЕСОВ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ. ИСКЛЮЧЕНИЕ – ПИТЕНИЕ ОФЛАЙН В РЕСТОРАНАХ.

ОДНАКО, ЛЮДИ МАССОВО ПЕРЕКЛЮЧИЛИСЬ НА ПОКУПКИ ОНЛАЙН

Все страны



■ Чаще, чем раньше

■ С обычной регулярностью

■ Реже, чем раньше

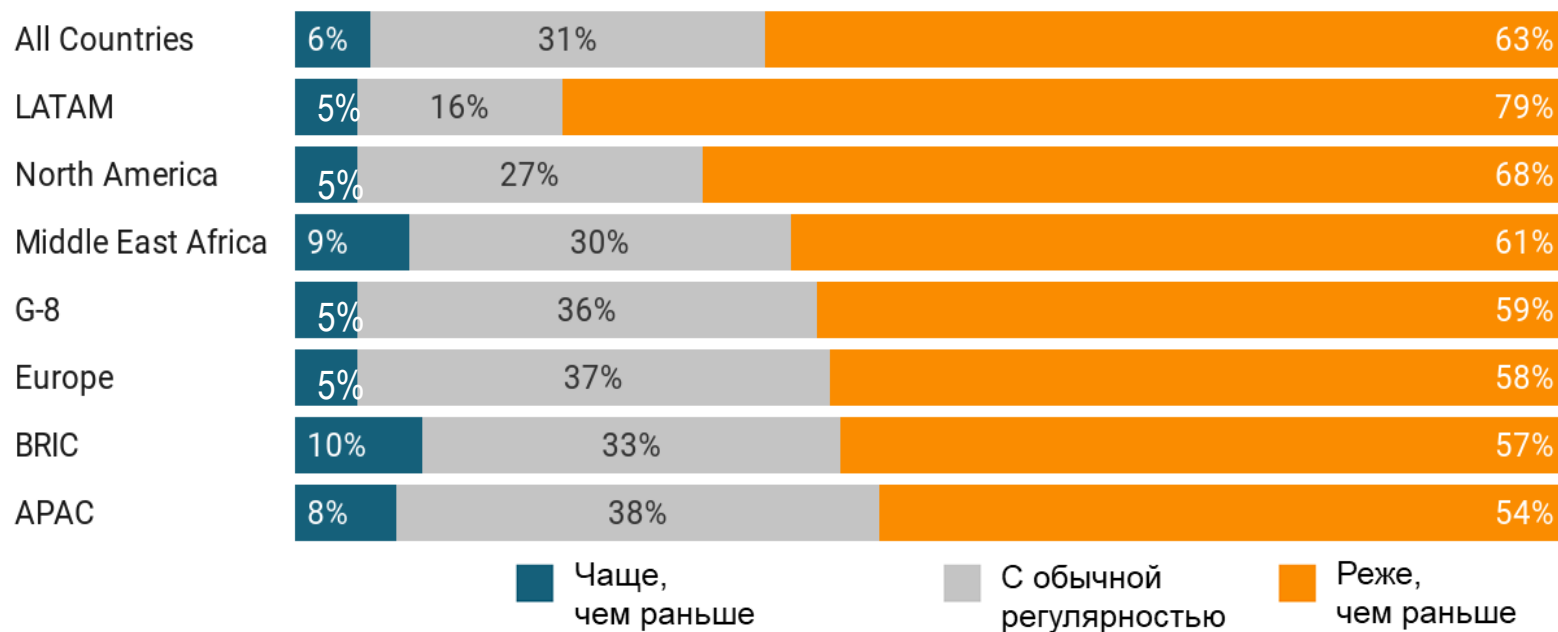
ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74. 28 стран.
Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

1.

ПИТАНИЕ ОФЛАЙН В НЕБОЛЬШИХ РЕСТОРАНАХ

С НАЧАЛОМ ПАНДЕМИИ COVID-19 ЛЮДИ ЕЛИ В НЕБОЛЬШИХ РЕСТОРАНАХ ЗНАЧИТЕЛЬНО МЕНЬШЕ, ОСОБЕННО В ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ И СЕВЕРНОЙ АМЕРИКЕ.

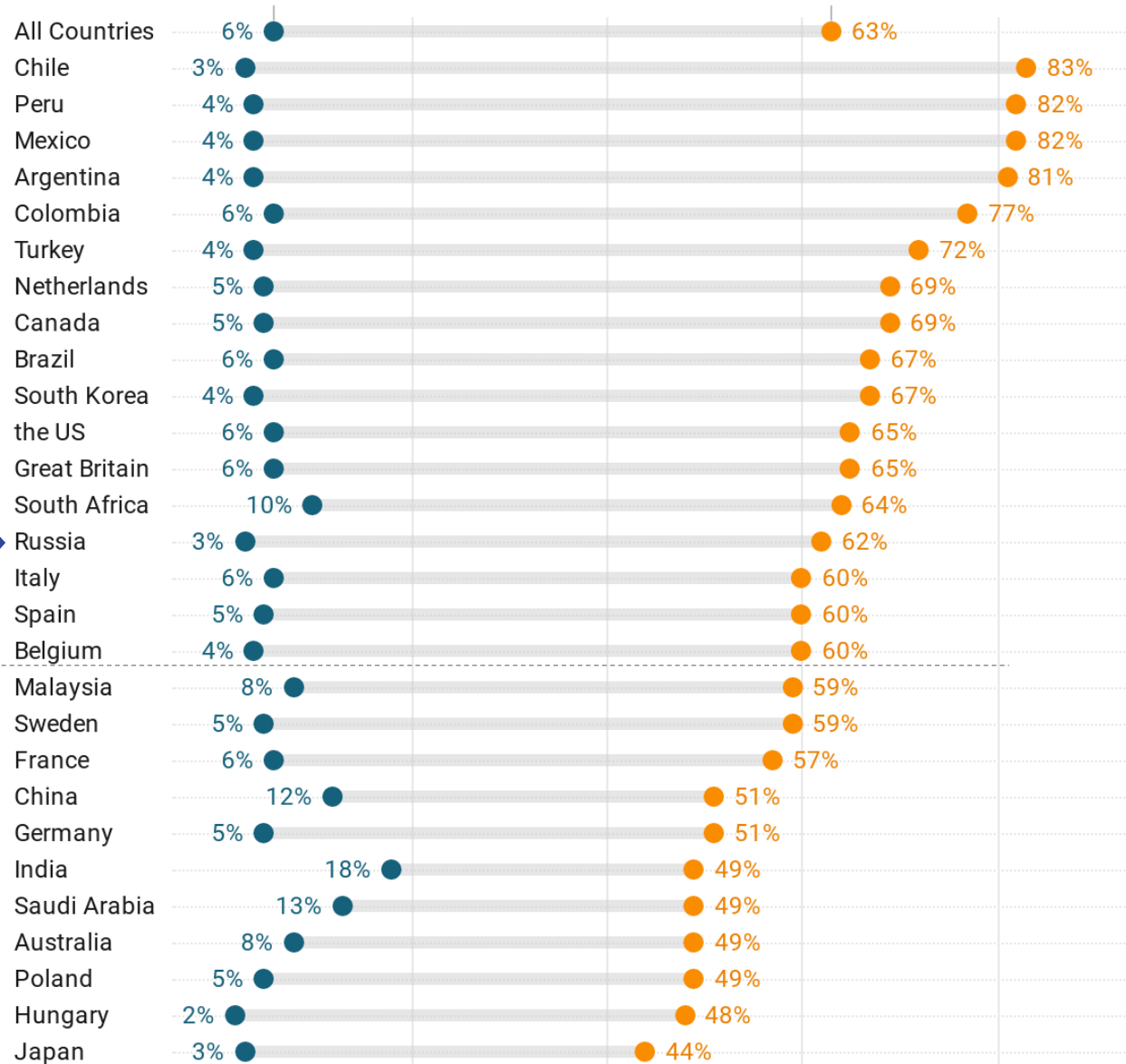


ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?– Ели в ресторанах небольшого размера или принадлежащих местным жителям при личном посещении (в помещении или на улице)

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

Чаще, чем раньше

Реже, чем раньше



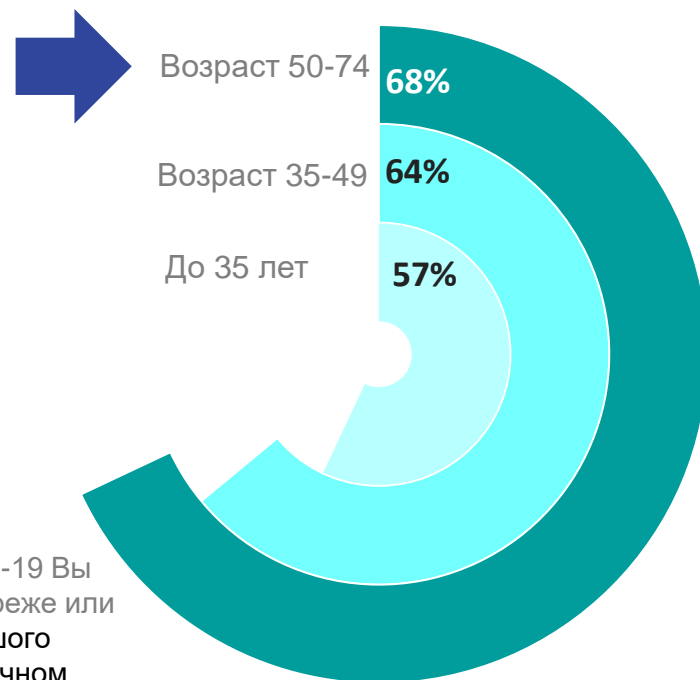
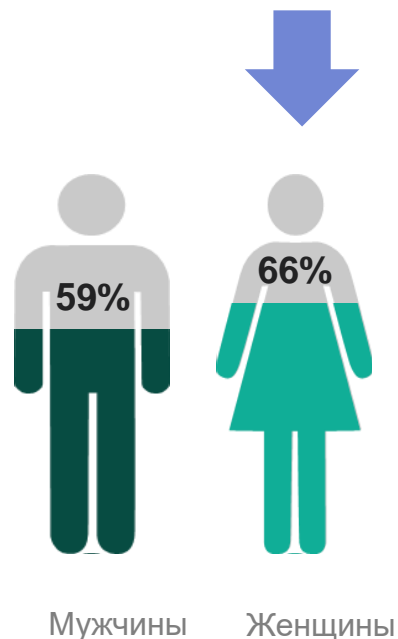
62% ОПРОШЕННЫХ В РОССИИ
СКАЗАЛИ, ЧТО РЕЖЕ, ЧЕМ
РАНЬШЕ, ЕЛИ ОФЛАЙН В
НЕБОЛЬШИХ РЕСТОРАНАХ
ИЛИ РЕСТОРАНАХ,
ПРИНАДЛЕЖАЩИХ
МЕСТНЫМ ЖИТЕЛЯМ.

ЭТО В ЦЕЛОМ
СООТВЕТСТВУЕТ СИТУАЦИИ
В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ.

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?– Ели в ресторанах небольшого размера или принадлежащих местным жителям при личном посещении (в помещении или на улице)

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

ГЛОБАЛЬНО 68% ОПРОШЕННЫХ В ВОЗРАСТЕ 50-74 ЛЕТ И 66% ЖЕНЩИН СКАЗАЛИ, ЧТО ЕЛИ МЕНЬШЕ ОФЛАЙН В НЕБОЛЬШИХ РЕСТОРАНАХ



Все, Все страны: 63%



ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?– Ели в ресторанах небольшого размера или принадлежащих местным жителям при личном посещении (в помещении или на улице)

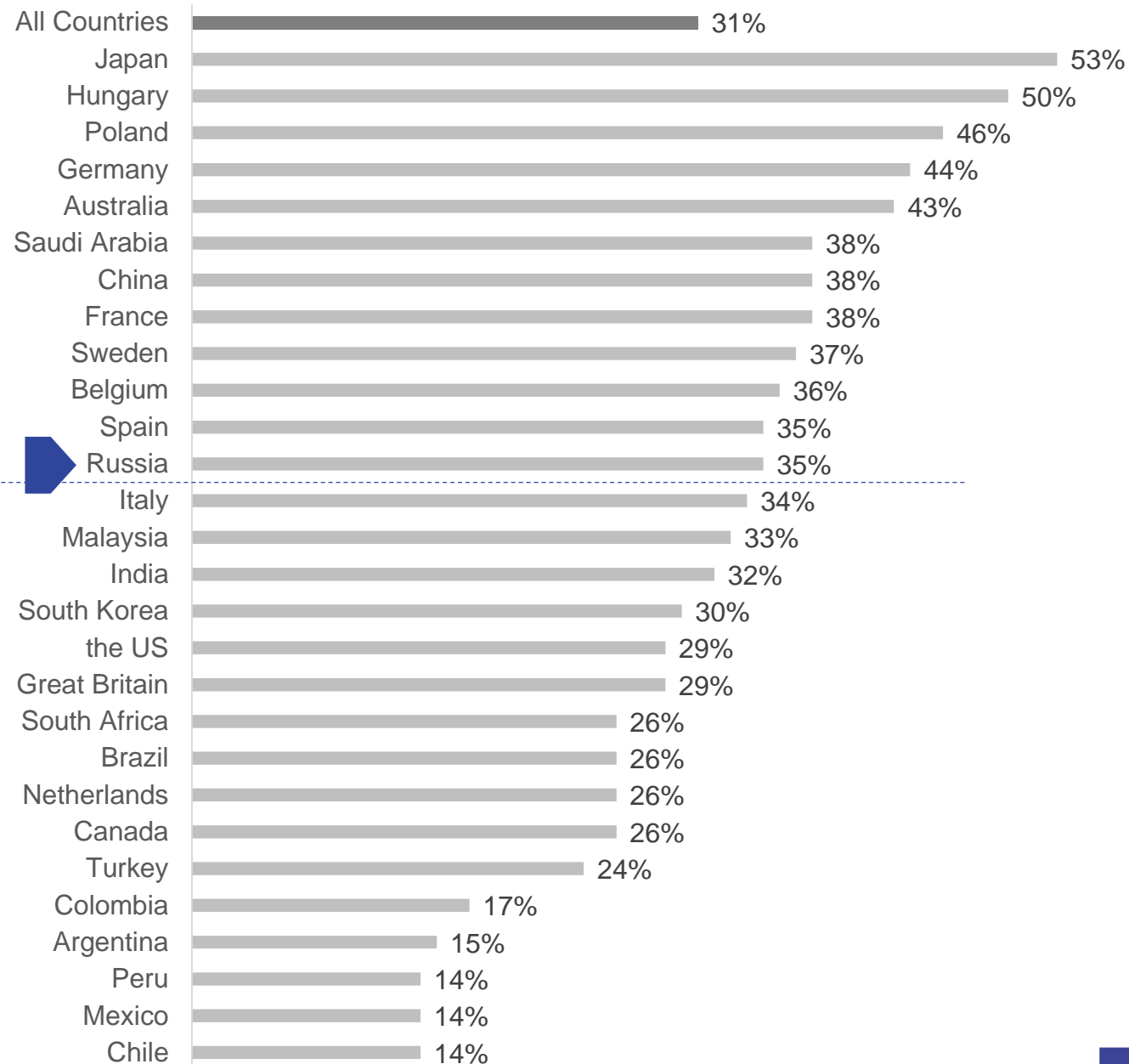
База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

ГЛОБАЛЬНО 31% ЕЛИ
ОФЛАЙН В НЕБОЛЬШИХ
РЕСТОРАНАХ С ТОЙ ЖЕ
ЧАСТОТОЙ, ЧТО И ДО
ПАНДЕМИИ COVID-19.

35% ОПРОШЕННЫХ В
РОССИИ НЕ ИЗМЕНИЛИ
СВОИХ ПРИВЫЧЕК
ПИТАНИЯ В НЕБОЛЬШИХ
РЕСТОРАНАХ.

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?– Ели в ресторанах небольшого размера или принадлежащих местным жителям при личном посещении (в помещении или на улице) – с обычной регулярностью

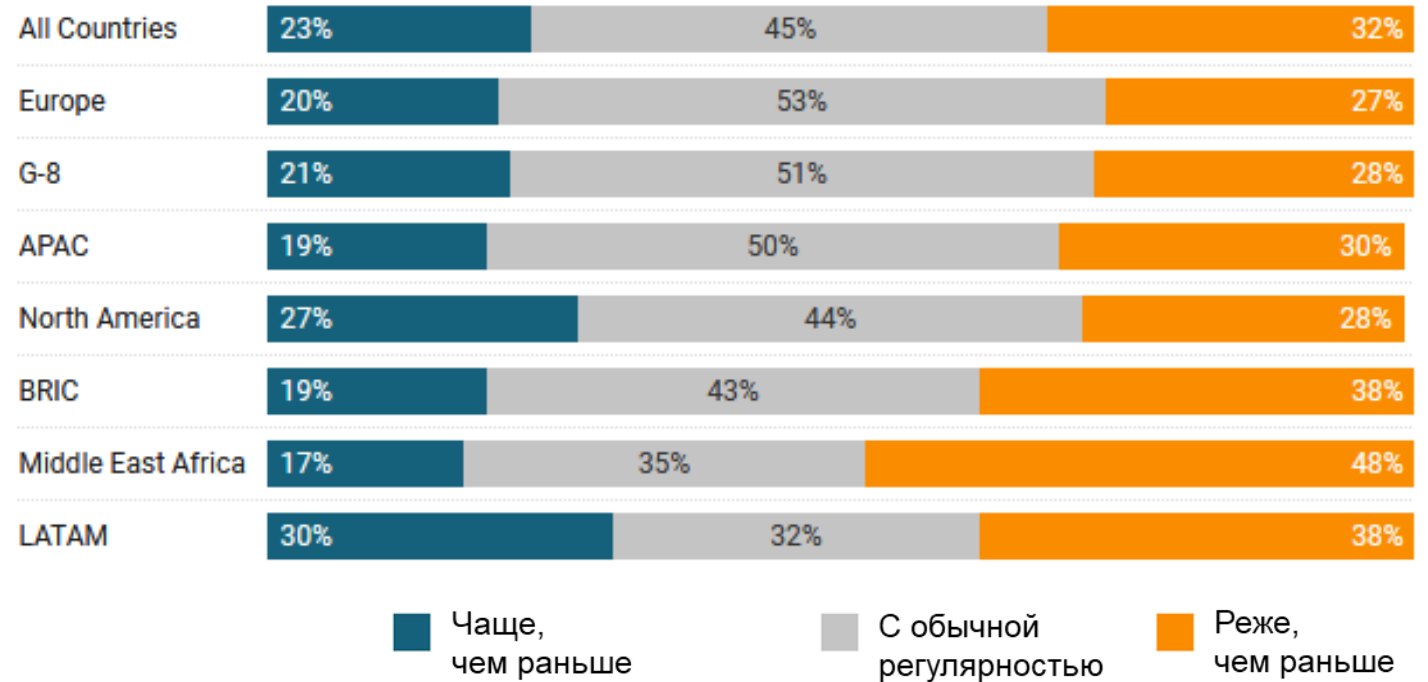
База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020



2.

**ПОТРЕБЛЕНИЕ ЕДЫ,
КУПЛЕННОЙ НА ВЫНОС ИЛИ
С ДОСТАВКОЙ НА ДОМ ИЗ
МАГАЗИНОВ ИЛИ
НЕБОЛЬШИХ РЕСТОРАНОВ**

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДОСТАВКИ ИЛИ ПОКУПКИ НА ВЫНОС НЕ ИЗМЕНИЛОСЬ ИЛИ ВЫРОСЛО ВО ВСЕХ РЕГИОНАХ.



ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?— Употребляли еду, купленную на вынос или с доставкой на дом в магазинах или ресторанах небольшого размера или принадлежащих местным жителям

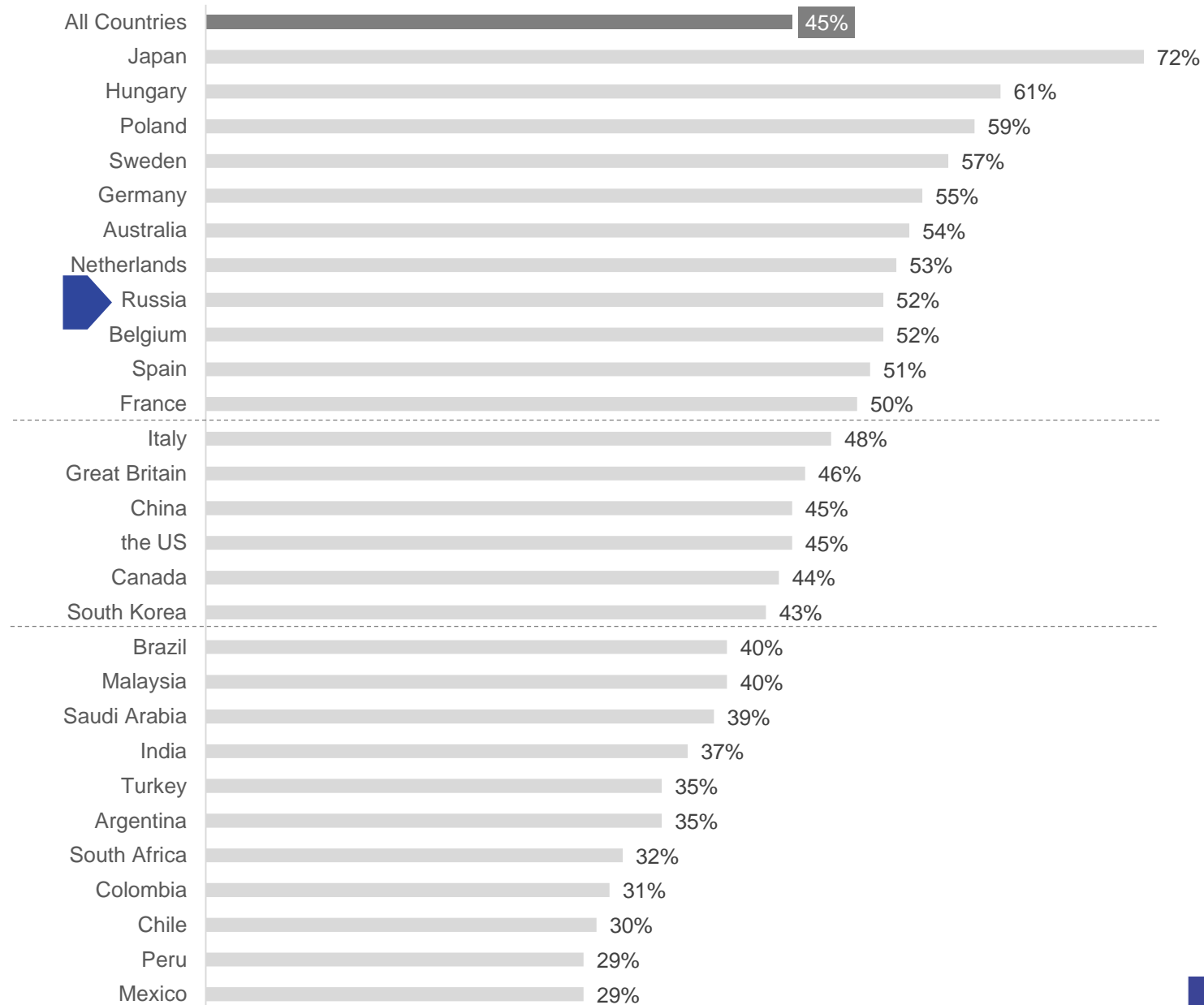
База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

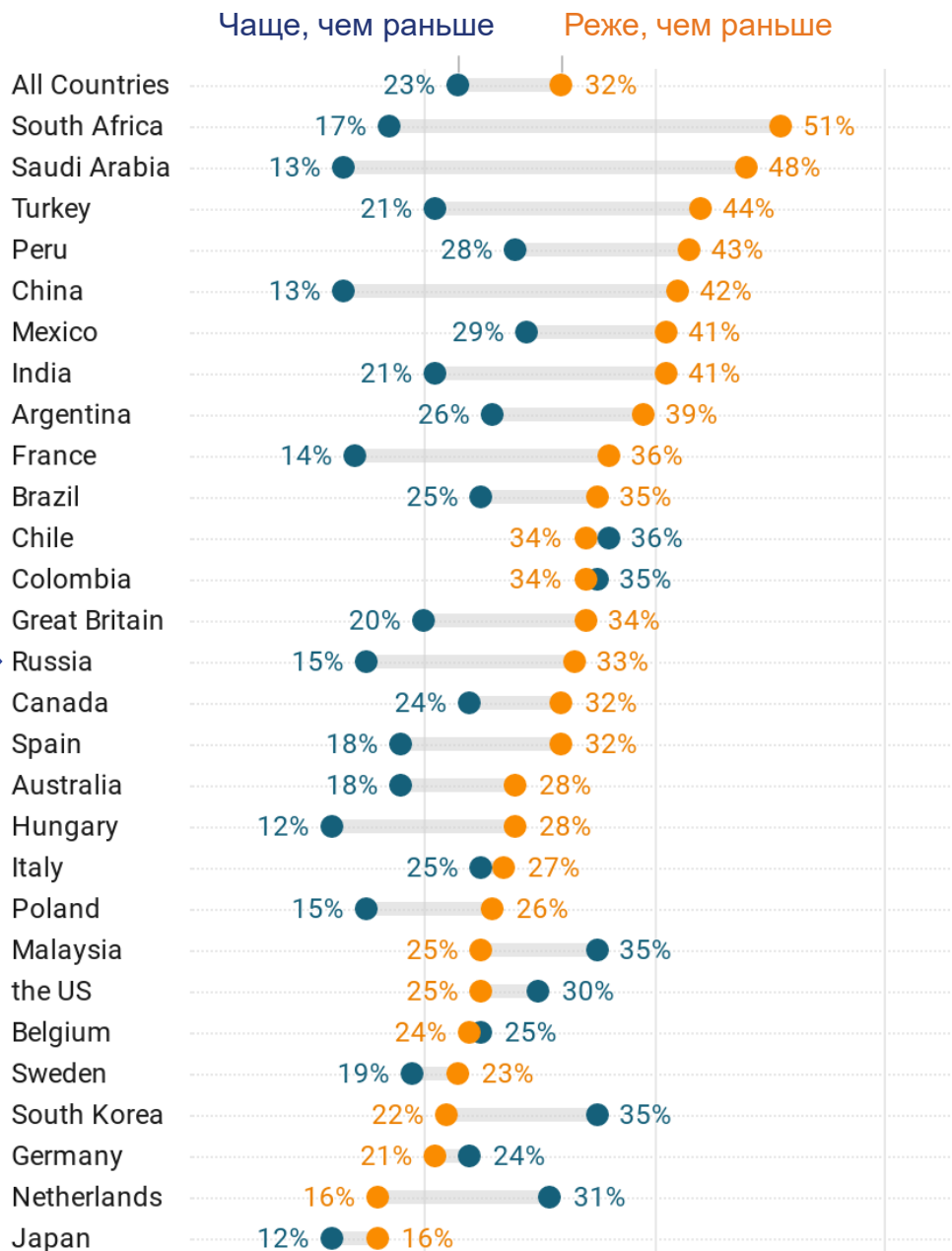
ГЛОБАЛЬНО 45% ПРОДОЛЖИЛИ ЕСТЬ С ОБЫЧНОЙ РЕГУЛЯРНОСТЬЮ ЕДУ, КУПЛЕННУЮ НА ВЫНОС ИЛИ С ДОСТАВКОЙ ИЗ МАГАЗИНОВ ИЛИ НЕБОЛЬШИХ РЕСТОРАНОВ.

В РОССИИ – 52%

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью? – Употребляли еду, купленную на вынос или с доставкой на дом в магазинах или ресторанах небольшого размера или принадлежащих местным жителям – с обычной регулярностью

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020





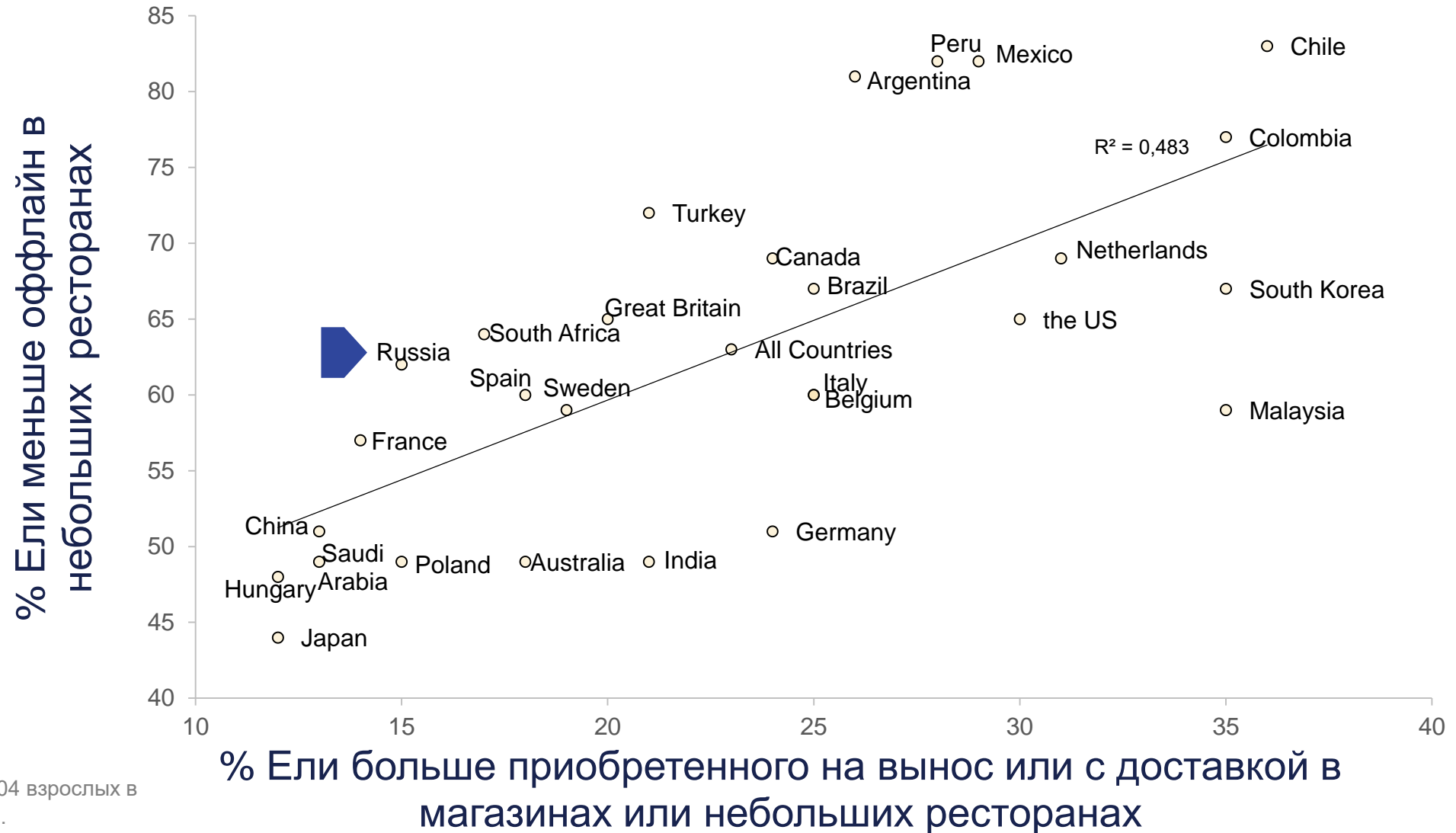
ГЛОБАЛЬНО 32% ЕЛИ ЕДУ, КУПЛЕННУЮ НА ВЫНОС ИЛИ С ДОСТАВКОЙ ИЗ МАГАЗИНОВ ИЛИ НЕБОЛЬШИХ РЕСТОРАНОВ, РЕЖЕ, ЧЕМ РАНЬШЕ.

В РОССИИ – КАЖДЫЙ ТРЕТИЙ (33%).

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?– Употребляли еду, купленную на вынос или с доставкой на дом в магазинах или ресторанах небольшого размера или принадлежащих местным жителям – с обычной регулярностью

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

ЧЕМ МЕНЬШЕ ЛЮДЕЙ ЕДЯТ ОФЛАЙН В НЕБОЛЬШИХ РЕСТОРАНАХ, ТЕМ БОЛЬШЕ ОНИ ПОКУПАЮТ ТАМ НА ВЫНОС



База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74. 28 стран.

Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

3.

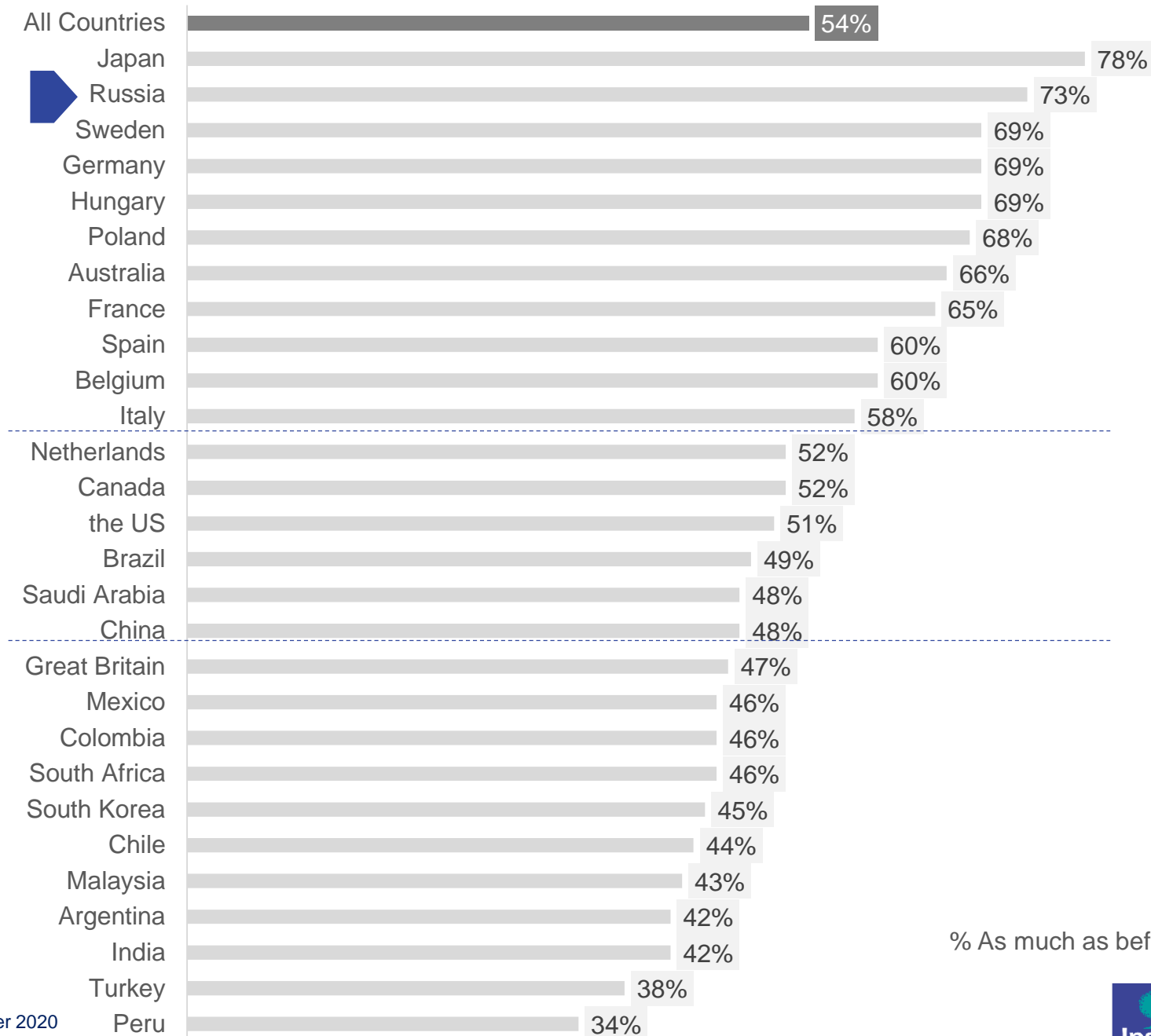
ПОКУПКИ ОФЛАЙН В НЕБОЛЬШИХ МАГАЗИНАХ

ГЛОБАЛЬНО БОЛЬШЕ ПОЛОВИНЫ (54%) НЕ МЕНЯЛИ СВОИХ ПРИВЫЧЕК ОФЛАЙНОВЫХ ПОКУПОК В НЕБОЛЬШИХ МАГАЗИНАХ.

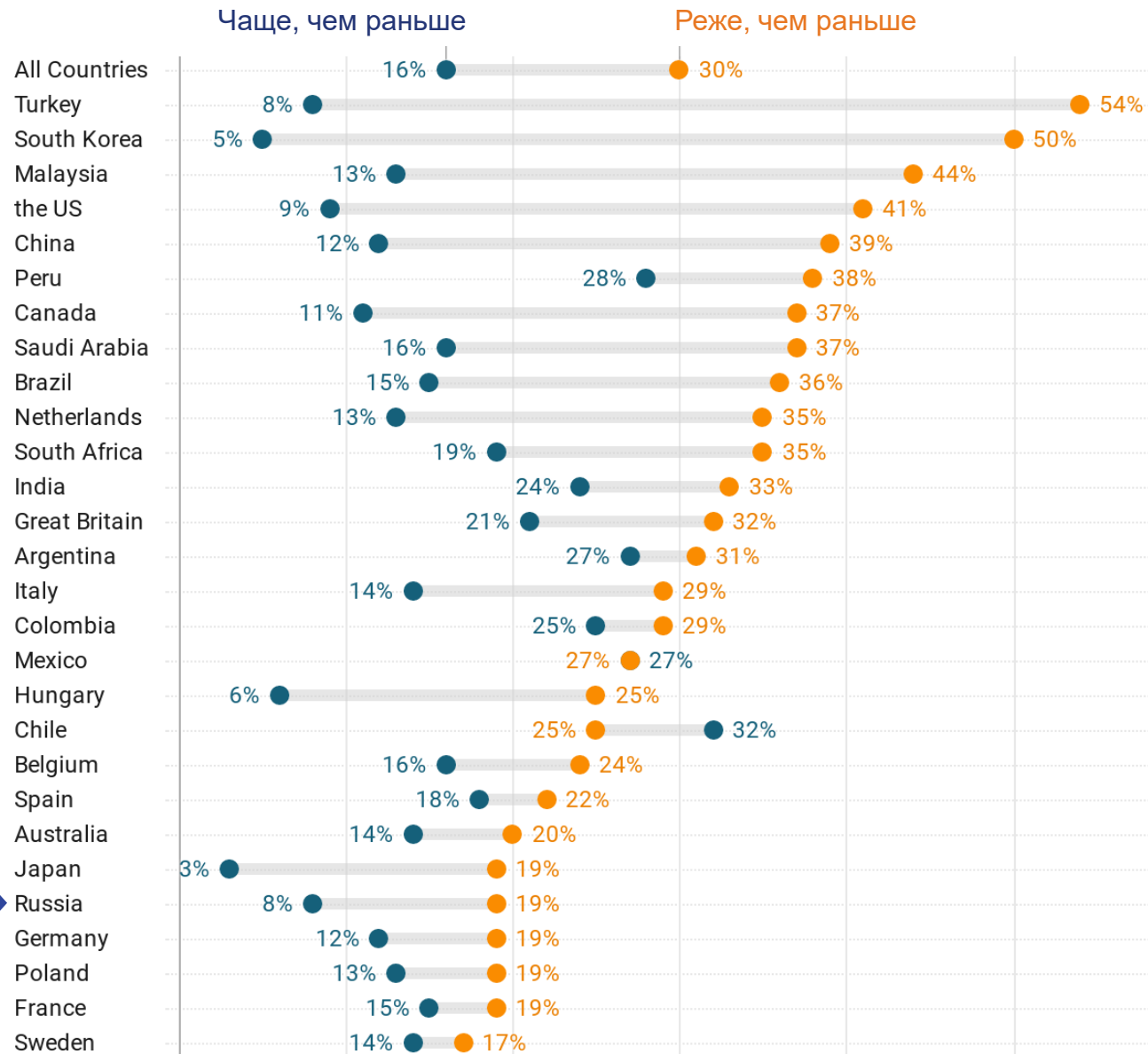
В РОССИИ ОДНО ИЗ САМЫХ ВЫСОКИХ ЗНАЧЕНИЙ – 73%

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью? – Совершали покупки лично в небольших магазинах или магазинах, принадлежащих местным жителям

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020



% As much as before



КАЖДЫЙ ПЯТЫЙ В РОССИИ ПОКУПАЛ В МАЛЕНЬКИХ МАГАЗИНАХ РЕЖЕ, ЧЕМ ДО ПАНДЕМИИ (19%). ЭТО ОДНО ИЗ САМЫХ НИЗКИХ ЗНАЧЕНИЙ.

ЛИДИРУЕТ ТУРЦИЯ, ГДЕ РЕЖЕ ПОКУПАТЬ В МАЛЕНЬКИХ МАГАЗИНАХ НАЧАЛ КАЖДЫЙ ВТОРОЙ (54%).

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью? – Совершали покупки лично в небольших магазинах или магазинах, принадлежащих местным жителям

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

4.

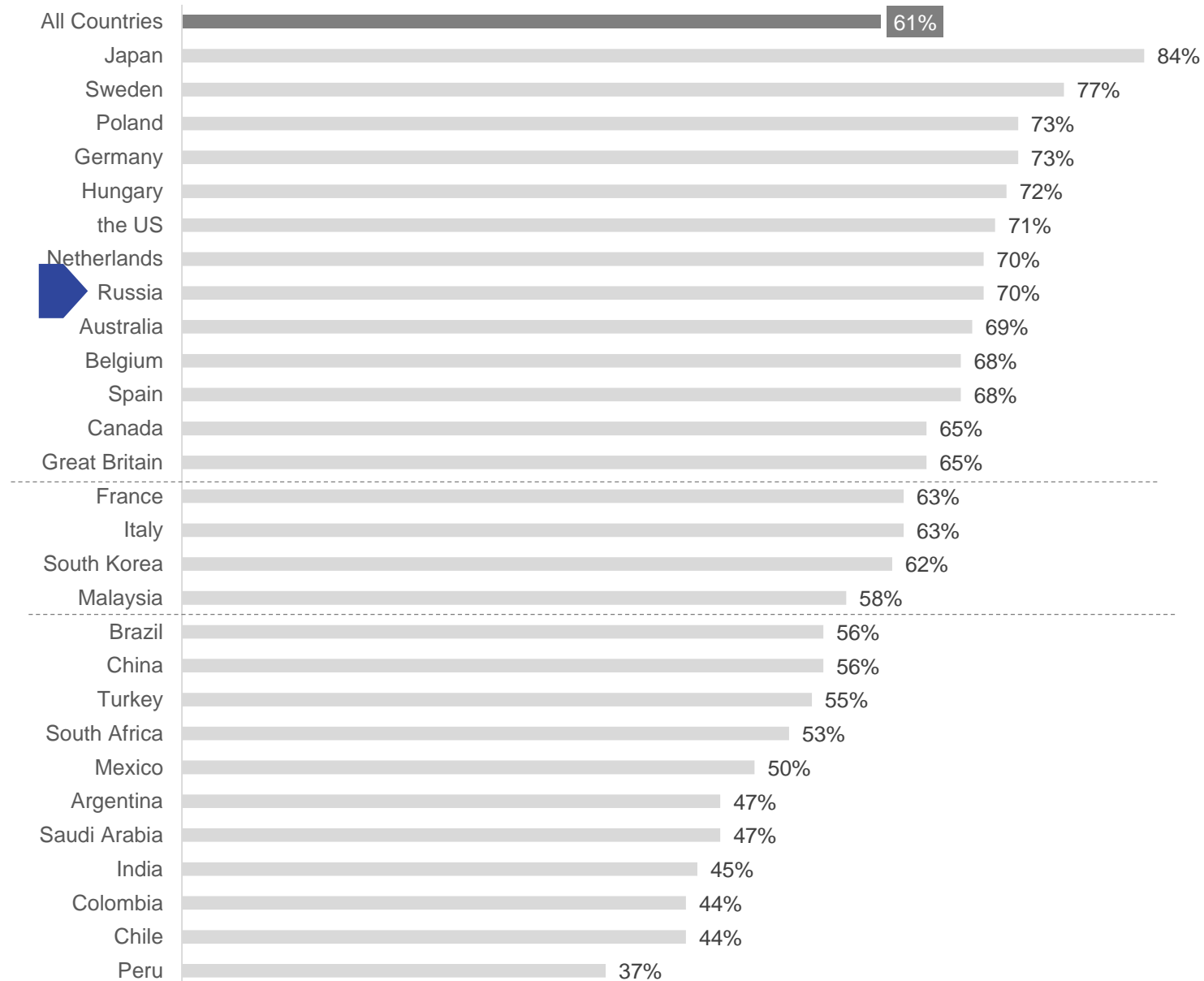
**ПОКУПКИ ТОВАРОВ У
МЕСТНЫХ ФЕРМЕРОВ
ИЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

ГЛОБАЛЬНО ПРИВЫЧКА
ПОКУПАТЬ ТОВАРЫ ОТ
МЕСТНЫХ ФЕРМЕРОВ
ИЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
НЕ ИЗМЕНИЛАСЬ (61%).

В РОССИИ ЭТО
ЗНАЧЕНИЕ ВЫШЕ
ГЛОБАЛЬНОГО
СРЕДНЕГО (70%).

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?— Покупали товары, поставляемые местными фермерами или производителями

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

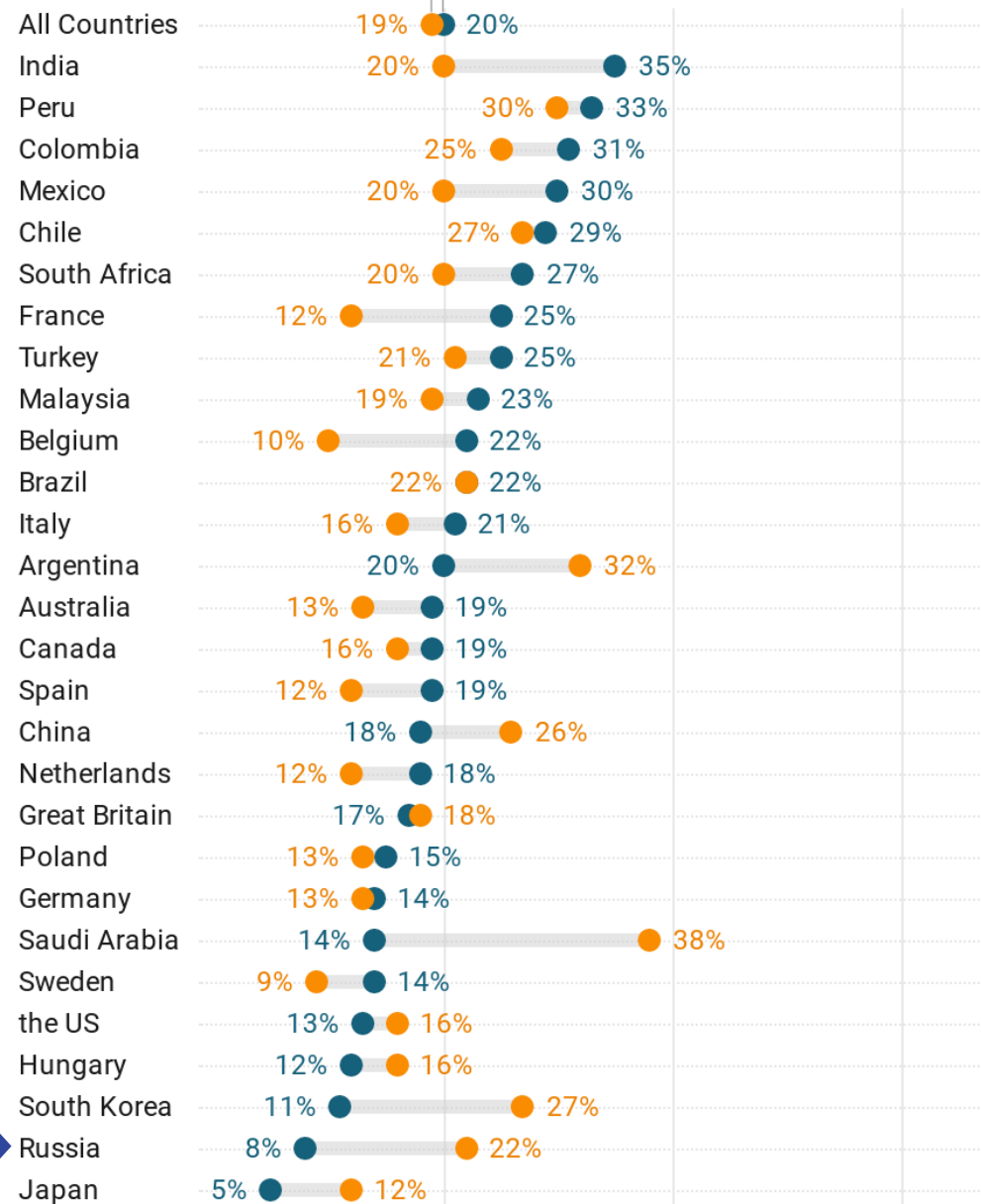


В РОССИИ КАЖДЫЙ ПЯТЫЙ (22%) СТАЛ РЕЖЕ ПОКУПАТЬ ТОВАРЫ, ПОСТАВЛЯЕМЫЕ МЕСТНЫМИ ФЕРМЕРАМИ ИЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ.

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью?— Совершали покупки лично в небольших магазинах или магазинах, принадлежащих местным жителям

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

Реже, чем раньше Чаще, чем раньше

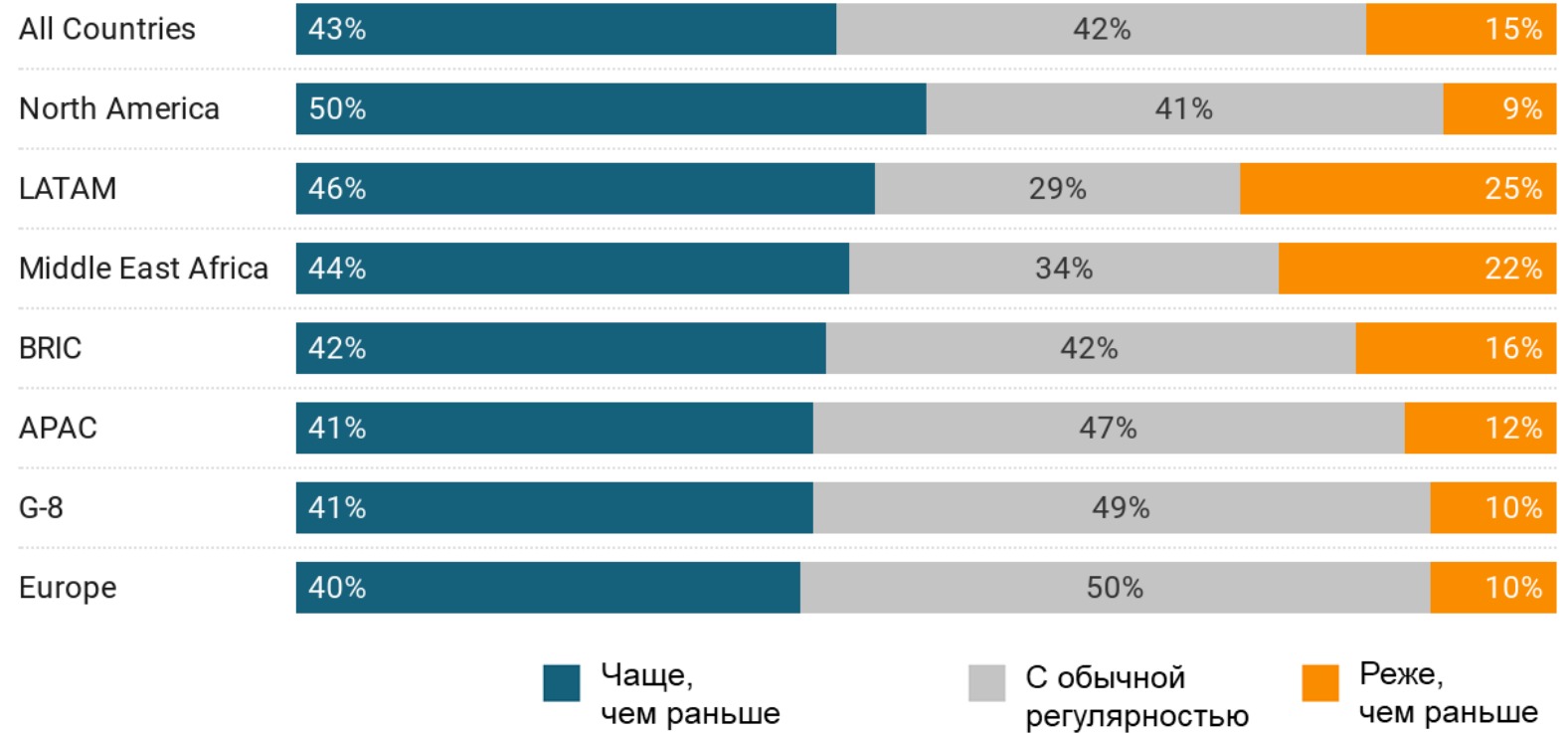


5.

ПОКУПКИ В ИНТЕРНЕТЕ

ГЛОБАЛЬНО 43% СКАЗАЛИ, ЧТО ПОКУПАЛИ ОНЛАЙН ЧАЩЕ.

САМЫЙ СИЛЬНЫЙ РОСТ – В СЕВЕРНОЙ И ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ.



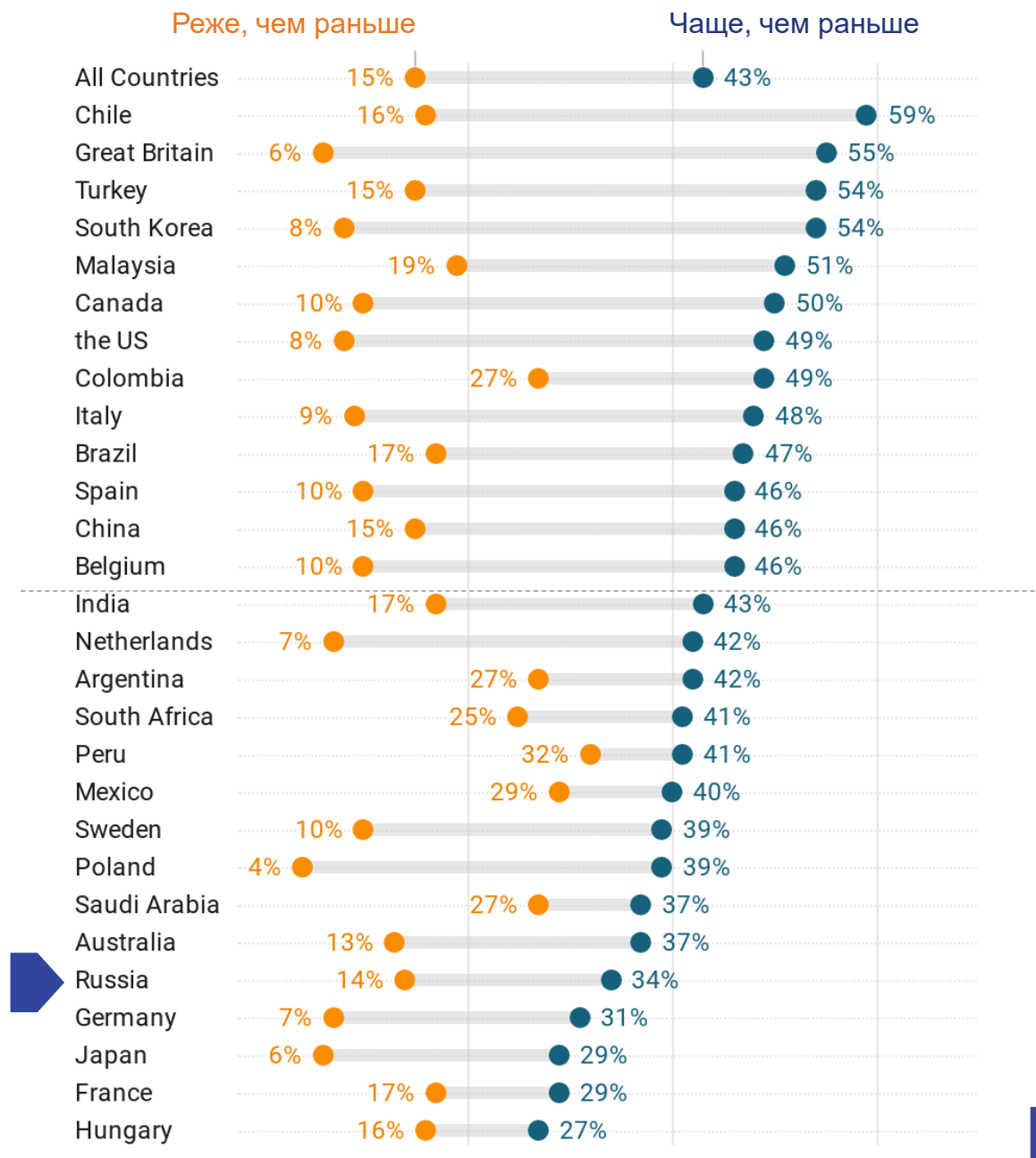
ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью? – Покупали в интернете.

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

В РОССИИ ПРИМЕРНО КАЖДЫЙ ТРЕТИЙ (34%) СКАЗАЛ, ЧТО НАЧАЛ ПОКУПАТЬ ОНЛАЙН ЧАЩЕ С НАЧАЛОМ ПАНДЕМИИ.

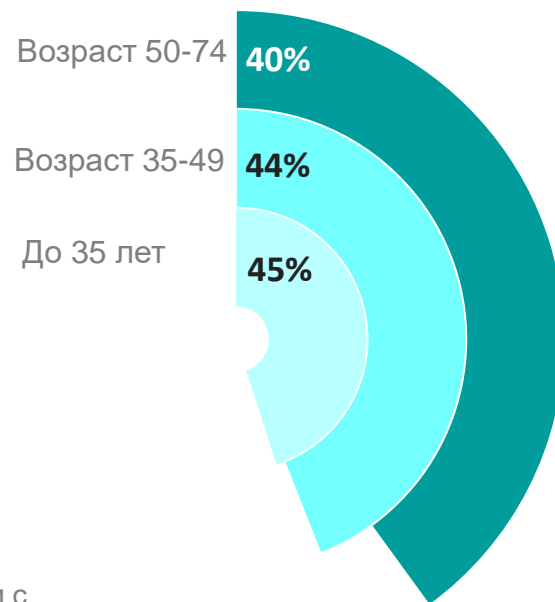
ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью? – Покупали в интернете.

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020



ДОМОХОЗЯЙСТВА С ВЫСОКИМ ДОХОДОМ ПОКАЗАЛИ САМЫЙ ЗНАЧИМЫЙ РОСТ ПОКУПОК ОНЛАЙН

Все, Все страны: 43%



Домохозяйства с высоким доходом

49%



Домохозяйства со средним доходом

43%



Домохозяйства с низким доходом

37%

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью? – **Покупали в интернете чаще, чем раньше.**

База: онлайн-опрос 20 504 взрослых в возрасте 16-74.
28 стран. Сбор данных 20 ноя – 4 дек 2020

Technical note

These are the results of a 28-market survey conducted by Ipsos on its Global Advisor online platform. Ipsos interviewed a total of 20,504 adults aged 18-74 in the United States, Canada, Malaysia, South Africa, and Turkey, and 16-74 in 22 other markets between Friday, November 20 and Friday, December 4, 2020.

The sample consists of approximately 1,000 individuals in each of Australia, Belgium, Brazil, Canada, mainland China, France, Germany, Great Britain, Italy, Japan, Spain, and the U.S., and 500 individuals in each of Argentina, Chile, Hong Kong, Hungary, India, Malaysia, Mexico, the Netherlands, Peru, Poland, Russia, Saudi Arabia, South Africa, South Korea, Sweden, and Turkey.

The samples in Argentina, Australia, Belgium, Canada, France, Germany, Great Britain, Hungary, Italy, Japan, the Netherlands, Poland, South Korea, Spain, Sweden, and the U.S. can be taken as representative of their general adult population under the age of 75.

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Hong Kong, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, South Africa, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population. The survey results for these countries should be viewed as reflecting the views of the more “connected” segment of their population.

The data is weighted so that each country’s sample composition best reflects the demographic profile of the adult population according to the most recent census data. Where results do not sum to 100 or the ‘difference’ appears to be +/-1 more/less than the actual, this may be due to rounding, multiple responses, or the exclusion of “don’t know” or not stated responses.

The precision of Ipsos online polls is calculated using a credibility interval with a poll of 1,000 accurate to +/- 3.5 percentage points and of 500 accurate to +/- 5.0 percentage points. For more information on Ipsos' use of credibility intervals, please visit the Ipsos website.

The publication of these findings abides by local rules and regulations.