

## **Світовий тренд розумного споживання в Україні дивує цифрами статистики**

*Тренд на розумне споживання стабільно зростає у всьому світі. Українська дослідницька компанія Gradus Research дізналась цікаві показники, що свідчать про присутність такого явища в країні.*

“Завдяки” політичним та економічним кризам, що змінюють одна одну впродовж не одного десятка років, рядовий українець знає: далі може бути ще гірше і, зазвичай, такі прогнози є вірними. Тому вже зараз для 57% відсотків опитаних, що економлять електрику та воду, словосполучення “раціональне використання ресурсів” не пустий звук.

Додаймо до цього показника 48%, що готують їжу у потрібній кількості, тому немає чого нести на смітник, 40%, які віддають (а не викидають) свої речі тим, хто їх потребує та вагомі 36% – саме такий відсоток респондентів похвалилися, що опанували себе і свідомо відмовились від імпульсивних покупок. Загалом, 60% ставляться позитивно до вживання речей, що були у використанні.

Ці дані дають змогу під певним кутом подивитись на портрет сучасного українця. Зазначимо, вкрай свідомого щодо споживання в цілому.

Тренд розумного споживання не є новим ані для країн Заходу, ані для України. Економне ставлення до витрат було не стільки популярним, скільки необхідним просто в наслідок необхідності заощаджувати кошти. Проте, раціонально витратити та продовжувати строк користування речами стає дедалі актуальнішим, а говорити про це – популярнішим, - зазначає Євгенія Близнюк, засновниця та директорка дослідницької компанії Gradus Research. Навіть в індустрії високої моди з'являються відповідні тренди. Тож компанії, які будуватимуть на темі розумного споживання свою стратегію соціальної відповідальності – виграватимуть, якщо зможуть донести це повідомлення до своїх цільових груп.

Наші дослідження навесні показали, що респонденти вважають саме бізнес локомотивом ініціатив соціальної відповідальності. Тож бізнесу необхідно говорити на ці теми зі своїми споживачами. Який саме напрямок та форму розумного споживання бізнесу обрати та підтримувати – залежить, власне, від пріоритетів та настроїв цільової аудиторії. В кожному конкретному випадку вони можуть бути відмінними, їх необхідно досліджувати.

Опитування було проведено дослідницькою компанією Gradus Research методом самозаповнення анкети в мобільному додатку gradus.app.

Онлайн-панель Gradus відображає структуру населення міст з кількістю мешканців більше 50 тисяч у віці 18-60 років за статтю, віком, розміром населеного пункту та регіоном. Період проведення поля: 28 вересня 2021 року, 20:00 29 вересня 2021 року 7:00. Розмір вибірки: 1 000 респондентів.

**Про компанію:**

**Gradus Research** – дослідницька компанія, що спеціалізується на соціологічних опитуваннях за допомогою спеціального мобільного додатку. Опитування проводяться з дотриманням стандартів соціології серед верифікованих респондентів панелі Gradus.

**Контакти:**

**E-mail:** [info@send.gradus.app](mailto:info@send.gradus.app)

Website: [gradus.app/uk](https://gradus.app/uk)

Facebook: [facebook.com/gradus.apps](https://facebook.com/gradus.apps)

Telegram-канал: <https://t.me/GradusResearch>