

# What Ukrainians buy during the war — poll

The war has changed the lives of Ukrainians, including their consumer behavior due to decreased buying power, forced relocation and difficulties with distribution. Gradus Research studied the most popular product categories and attitude to new brands.

Top 7 categories Ukrainians shop during the war

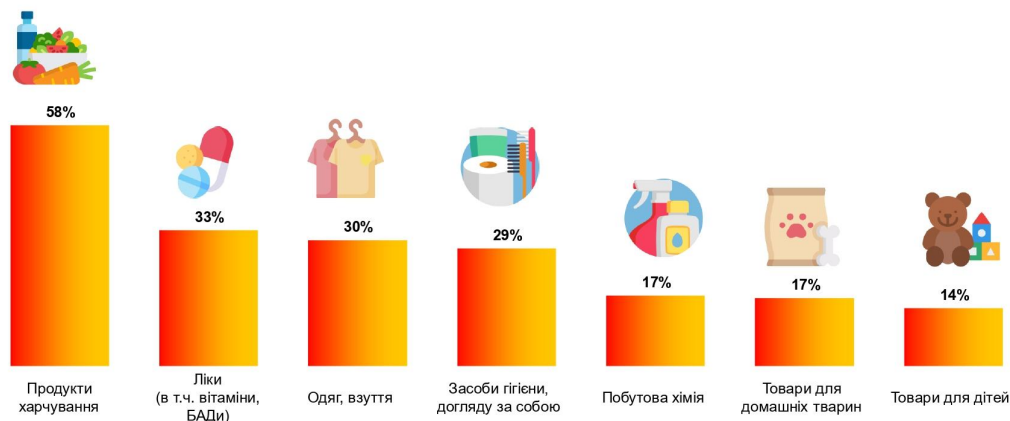
- food (58%, here and below it is the percentage of respondents who indicated that they plan to buy goods in this category)
- medication (33%)
- clothing and footwear (31%)
- hygiene and care products (29%)
- household chemicals (17%)
- pet products (17%)
- goods for children (14%).



## ТОП-7 КАТЕГОРІЙ ПОКУПКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Gradus

Що з нижченаведеного Ви плануєте та / або хотіли б придбати у найближчий час?



Дослідження було проведено дослідницькою компанією Gradus Research методом самозаповнення анкети в мобільному додатку. Онлайн-панель Gradus відображає структуру населення міст розміром більше 50 000 жителів у віці 18-60 років за статтю, віком, розміром населеного пункту і регіону. Період проведення поля: 28 березня 2022 року, розмір вибірки: 1019 респондентів.

© 2022 Gradus Research Plus

Due to hardness of planning and loss of income the lion's share of purchases are food products.

The consumption was also affected by the relocation of many people to a safe place. Most of the displaced left their homes in a hurry, with a minimum of things, and without thoughts about long absence. Ukrainians who have been forced to flee their homes need clothing/footwear, medicine, and hygiene items. More than a third of the displaced plan to

buy clothing/footwear — and they not always can find what they need in a new place. Thus, they may need online sales.

Ukrainians have always paid attention to comfortable living. Escaped danger of being physically destroyed, they demonstrate consumer activity, which gives green light to business.

63% of respondents said that in the new environment they do not pay attention to the brand, and choose from what is available (this figure is lower in the younger generation). The second reason for switching to new brands and conscious purchase of loved ones is the desire to support Ukrainian manufacturers. And only after this, the transition to cheaper brands comes.



## ПАТЕРНИ ВИБОРУ ТОВАРІВ ДО ПОКУПКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Gradus

- Не звертаю увагу на бренди взагалі
- Купую рівною мірою як товари нових, так і звичних для себе брендів
- Я продовжую купувати товари своїх улюблених та/або звичних брендів
- Я став(ла) частіше купувати товари нових для себе брендів
- Важко відповісти



Що з нижченаведеного відповідає Вашій поведінці після початку повномасштабної війни Росії проти України?

Дослідження було проведене дослідницькою компанією Gradus Research методом самозаповнення анкети в мобільному додатку. Онлайн-панель Gradus відображає структуру населення міст розміром більше 50 000 жителів у віці 18-60 років за статтю, віком, розміром населеного пункту і регіону. Період проведення поля: 1 квітня 2022 року, розмір вибірки: 1000 респондентів.

© 2022 Gradus Research Plus

“Brand is emotions and love. In his famous work *Motivation and Personality* Abraham Maslow argued that only when the need for security is satisfied, the need for belonging activates. Some consumers are looking for a sense of security, attacked daily by air alarms and horrible news, and do not pay attention to brands. Some consumers have moved to a new, safer place, faced lack of their usual brands in stone stores and choose from available. Some consumers have switched from premium brands to cheaper ones. And some act against a strict hierarchy of needs, and choose Ukrainian brands to support fighting society. This gives green light to online commerce,” said Eugenia Blyzniuk, founder and CEO of Gradus Research.

Medicines are mostly bought in the southern region (43%), while in the western region — 26%. Due to the logistics difficulties in the southern region, the increase in drug consumption is most likely due to stockpile accumulation. In the west, where there are fewer supply problems, consumption is normal.

Traditionally, women mainly manage family money. The categories in which female consumers make choices — are goods of daily demand: food, care, household, medicine,

children's products etc. Men, also traditionally, continue to implement their expertise in the category of construction materials.



## ПРИЧИНИ ПОКУПКИ ТОВАРІВ:

Gradus



Дослідження було проведено дослідницькою компанією Gradus Research методом самозаповнення анкети в мобільному додатку. Онлайн-панель Gradus відображає структуру населення міст розміром більше 50 000 жителів у віці 18-60 років за статтю, віком, розміром населеного пункту і регіону. Період проведення поля: 1 квітня 2022 року, розмір вибірки: 1000 респондентів.

© 2022 Gradus Research Plus

Ukrainian culture has an extremely important economic potential, and it should be used both to meet needs and to support the economy.

Two waves of the survey were conducted on March 28 and April 1, 2022. Respondents — 1,019 owners of smartphones aged 18-60 living in cities of 50,000+. Method — self-administrated questionnaire in the mobile application. Respondents answered their intention to buy goods in the near future from the 16 most common categories. The online panel Gradus represents the population structure of cities with more than 50,000 inhabitants aged 18-60 by gender, age, size of the settlement and region.

For additional information, please contact Olga Vaganova, [v@gradus.app](mailto:v@gradus.app), +380675029941