

GRADUS

СИСТЕМА ЭКСПРЕСС ОПРОСОВ



ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



Методология:

Gradus – система быстрых социологических онлайн опросов на базе выборки панельного типа с помощью мобильного приложения Gradus. Панель состоит из респондентов в возрасте 18-60 лет проживающих в городах более 50 000 жителей и репрезентирует эту генеральную совокупность по полу, возрасту, региону и размеру населенного пункта.

Период поля: 26-27 мая 2020 года

Параметры выборки: люди в возрасте 18-60 лет, проживающие в городах с населением более 50 тысяч жителей.

Размер выборки: 1000 респондентов

SUSTAINABILITY

ВЛИЯНИЕ НА ПОКУПКУ ЗНАНИЯ О ТОМ, ЧТО КОМПАНИИ ЗАНИМАЮТСЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ

Представим ситуацию: Вы намерены купить товар, который производят две разные компании с одинаковым качеством и характеристиками. Повлияет ли на Ваш выбор товара одной из компаний тот факт, что производитель помогает в решении важных для Вас вопросов (экологических, социальных и т.п.)?



База, все опрошенные. N=1000

ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, КОТОРЫЕ ВОЛНУЮТ УКРАИНЦЕВ

Какие из нижеперечисленных вопросов больше всего волнуют:



ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, В КОТОРЫХ УКРАИНЦЫ ПРИНИМАЮТ УЧАСТИЕ

В решении каких вопросов лично принимают участие:

Какие из вопросов больше всего волнуют:



КАК **УКРАИНЦЫ ПРИНИМАЮТ УЧАСТИЕ** В ВОПРОСАХ, КОТОРЫЕ ИХ ВОЛНУЮТ

Как именно принимают участие в решении вопроса:

	Экономное потребление природных ресурсов	Ответственное потребление	Состояние экологии Украины	Защита животных и растений	Здоровья и благополучи я людей
Сопереживают	28%	36%	37%	44%	35%
Изучают информацию по вопросу	56%	68%	54%	54%	39%
Распространяют информацию по вопросу	42%	49%	54%	54%	43%
Принимают участие в мероприятиях для обсуждения / решения вопроса	27%	30%	31%	37%	33%
Организовывают мероприятия для обсуждения / решения вопроса	5%	5%	9%	6%	11%
Предоставляют средства / ресурсы для решения вопроса	13%	7%	7%	41%	21%
Другое	14%	10%	9%	5%	8%
Затрудняюсь ответить	4%	7%	5%	6%	3%
	N=180	N=168	N=141	N=130	N=124

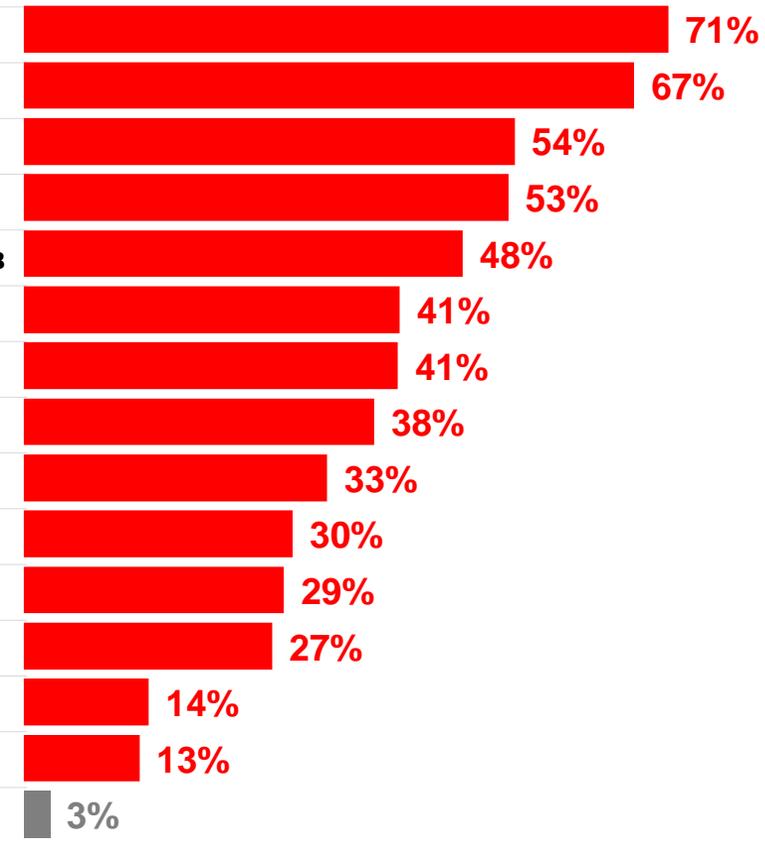
НА РЕШЕНИЕ КАКИХ ВОПРОСОВ

ДОЛЖНЫ ВЛИЯТЬ БИЗНЕС / КОРПОРАЦИИ

Какие вопросы должен решать бизнес:

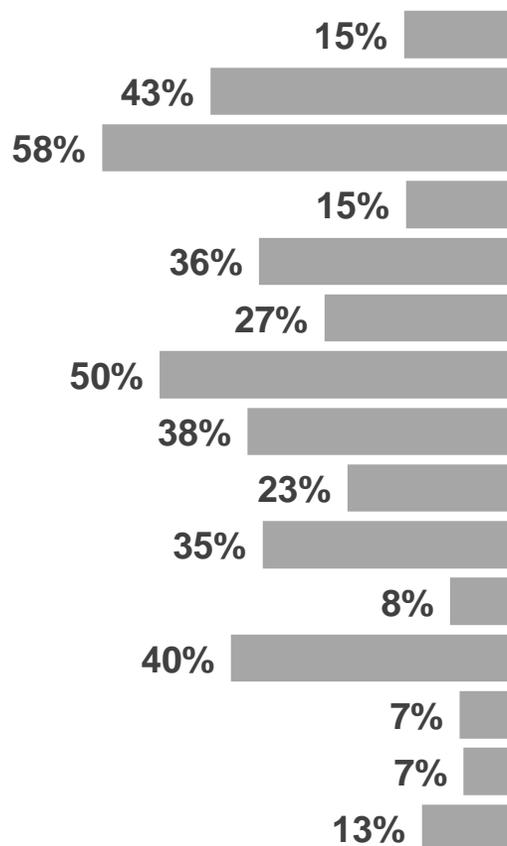


Какие из вопросов больше всего волнуют:



ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ – ВОЛНУЮТ, РЕШАЮТ, ДОЛЖЕН РЕШАТЬ БИЗНЕС

Какие вопросы должен решать бизнес: лично принимают участие:



Какие из вопросов больше всего волнуют:



43% Не принимаю участие в решении НИ ОДНОГО из этих вопросов

База, все опрошенные. N=1000

ENDS

ПРИЧИНЫ ОТКАЗА ОТ ДАЛЬНЕЙШЕЙ ПОКУПКИ ТОВАРОВ / УСЛУГ

46%

Имеют опыт отказа от дальнейшей покупки товаров или услуг любимых брендов

База, все опрошенные. N=1000

Причины отказа от дальнейшей покупки



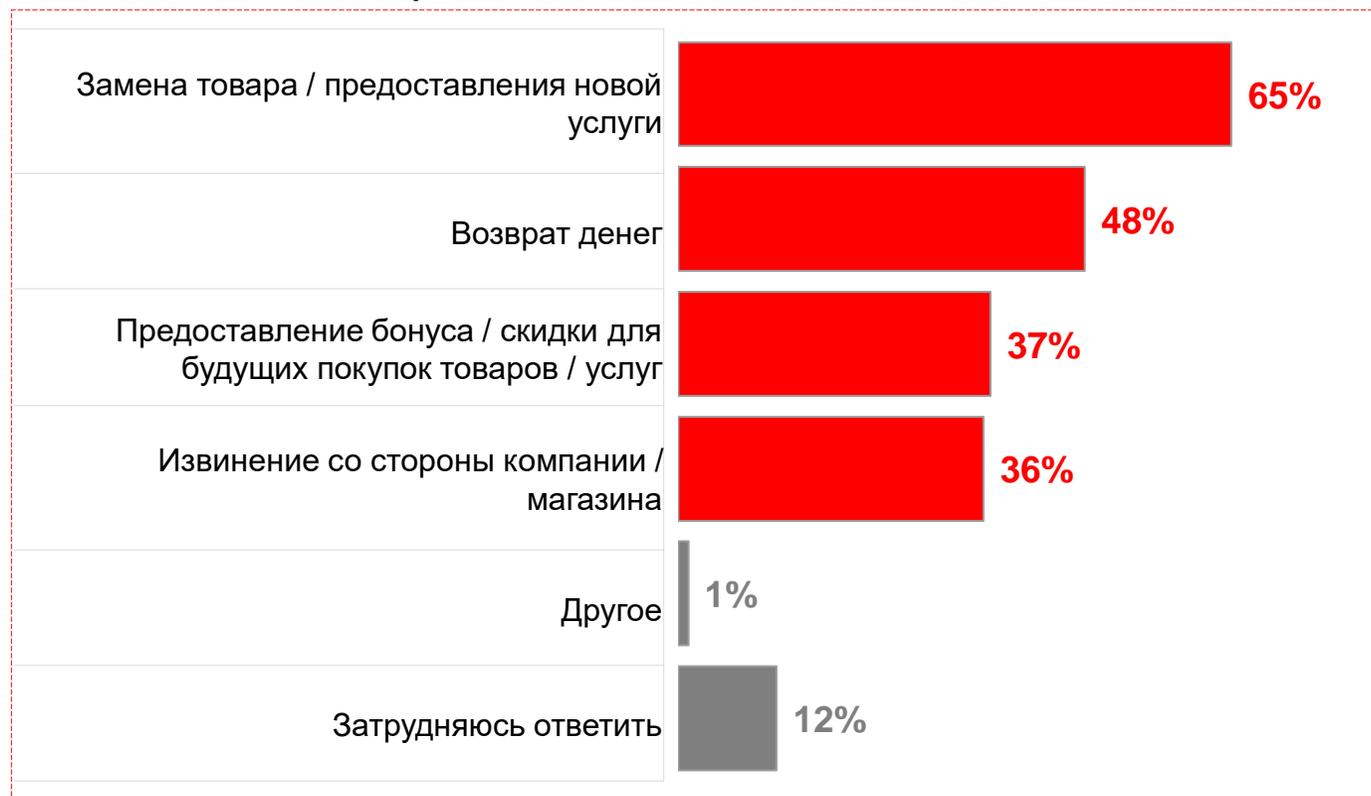
База, имели опыт отказа от использования товаров или услуг любимых брендов. N=456

КОММУНИКАЦИЯ ОТ БРЕНДА ПОСЛЕ ОТКАЗА ОТ ДАЛЬНЕЙШЕЙ ПОКУПКИ

Какой должна быть реакция компании / магазина на жалобу или прекращение покупок товаров / услуг, чтобы вернуть лояльность потребителя:

41%

Уведомляют компанию / магазин, о том, что не удовлетворены качеством товара или услуги

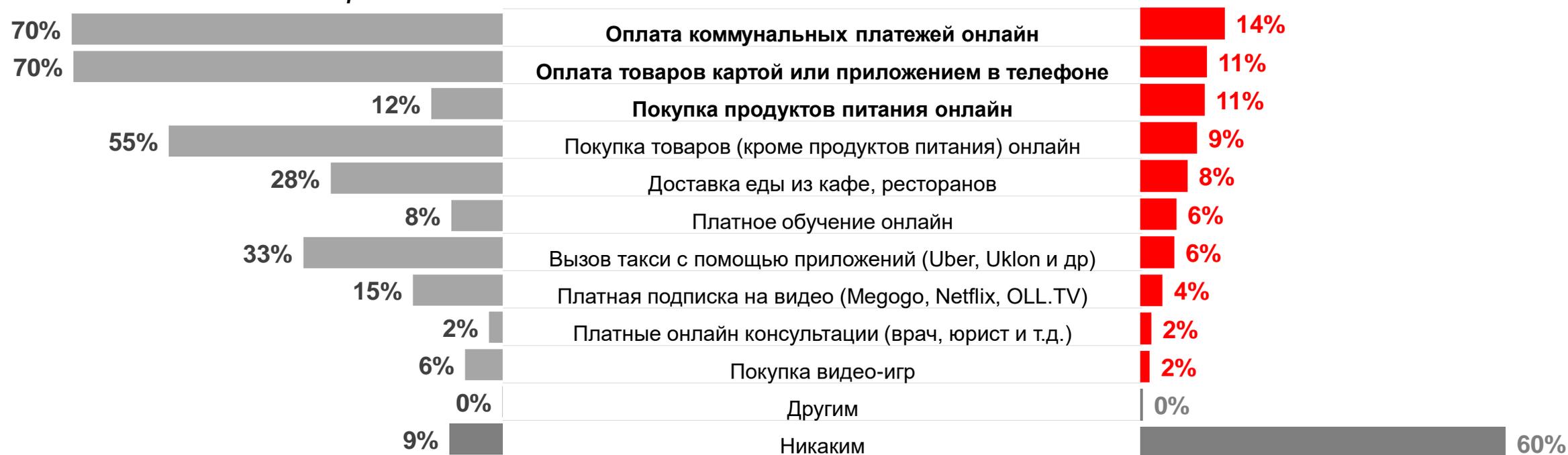


E-COMMERCE

ПОЛЬЗОВАНИЕ ОНЛАЙН-СЕРВИСАМИ ДО И ВО ВРЕМЯ КАРАНТИНА

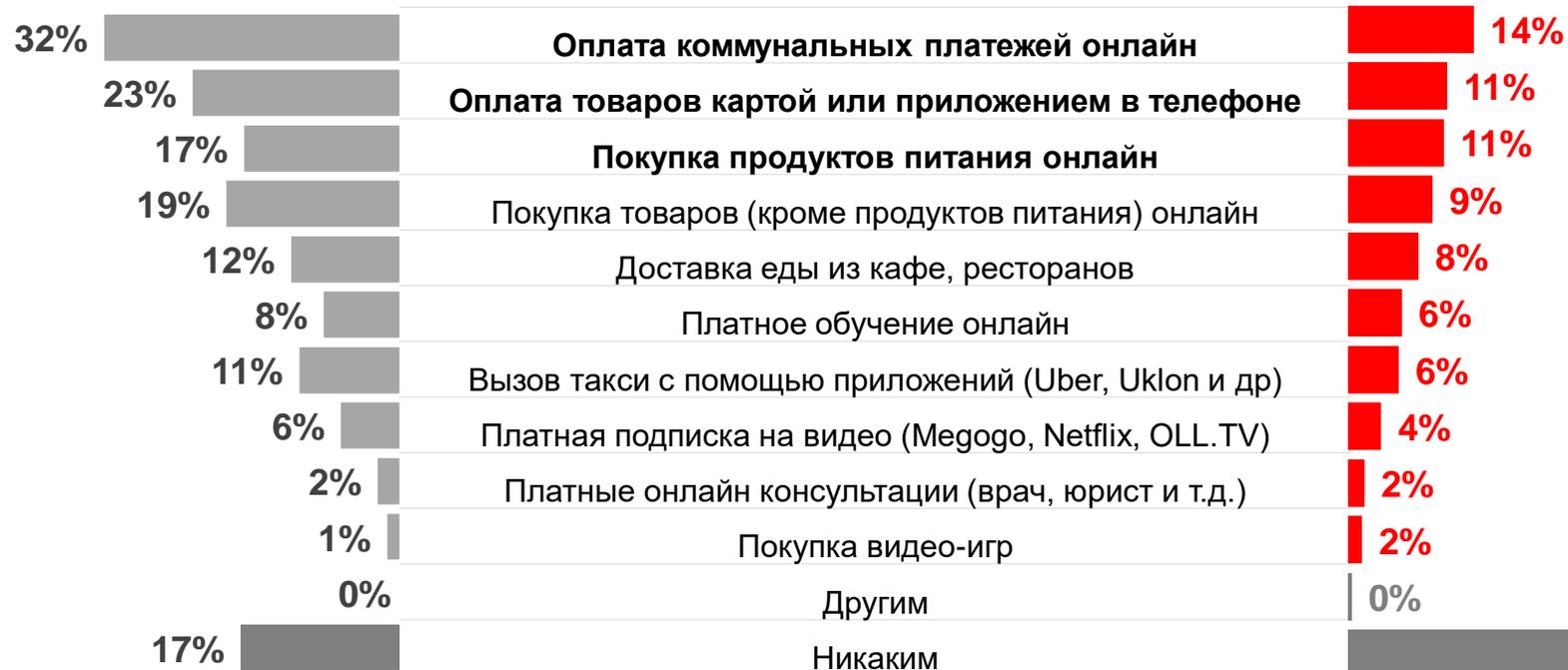
*Какими сервисами
пользовались до начала
карантина:*

*Какими сервисами впервые
воспользовались во время
карантина:*



ПОЛЬЗОВАНИЕ ОНЛАЙН-СЕРВИСАМИ ВО ВРЕМЯ И ПОСЛЕ КАРАНТИНА

Какими сервисами впервые воспользовались во время карантина и планируют использовать в дальнейшем:



Какими сервисами впервые воспользовались во время карантина:

УСТАНОВКА И ПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯМИ ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ

44%

Устанавливали приложения онлайн-сервисов на телефон / планшет во время карантина

База, все опрошенные. N=1000

Насколько удобным в целом считают использование онлайн-сервисов?



ПРИЛОЖЕНИЯ, КОТОРЫЕ УСТАНОВЛИВАЛИ ВО ВРЕМЯ КАРАНТИНА

°GRADUS

Дія: державні послуги онлайн

Glovo

Доставка еды

Новая Почта

Шоппинг-онлайн

Мессенджеры

Prom.ua

Raketa

Megogo

Rozetka

Uber

Службы такси

Gradus

Uklon

Доставка продуктов

Заказ косметики / парфюмерии онлайн

Zoom

Онлайн-банкинг

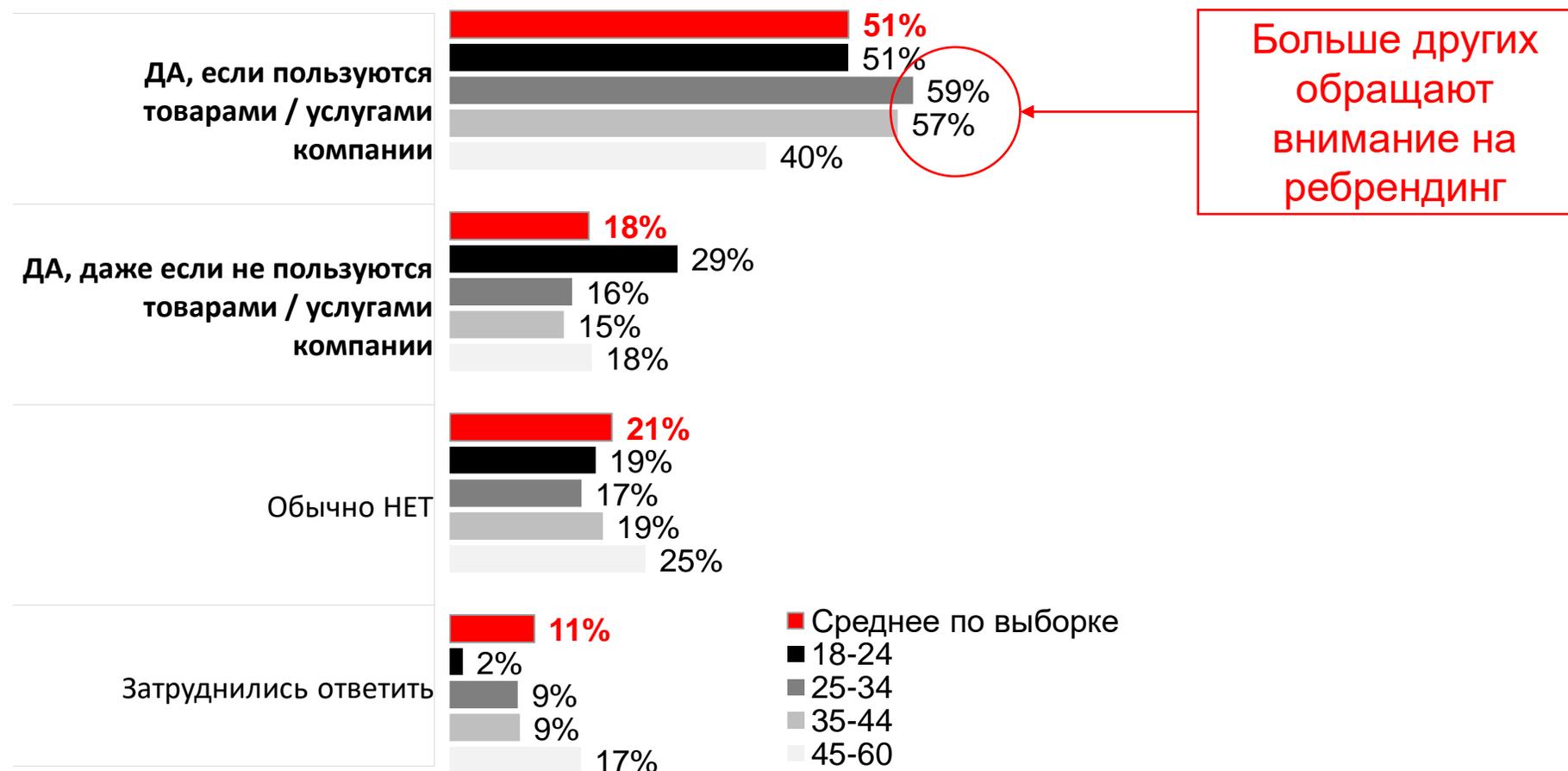
Не смогли вспомнить

Другое (спорт, здоровье, ТВ и пр.)

REBRANDING

ЗАМЕЧАЮТ ЛИ РЕБРЕНДИНГ ПОТРЕБИТЕЛИ

Замечают ли обычно, если компания / бренд меняет свой логотип / название:

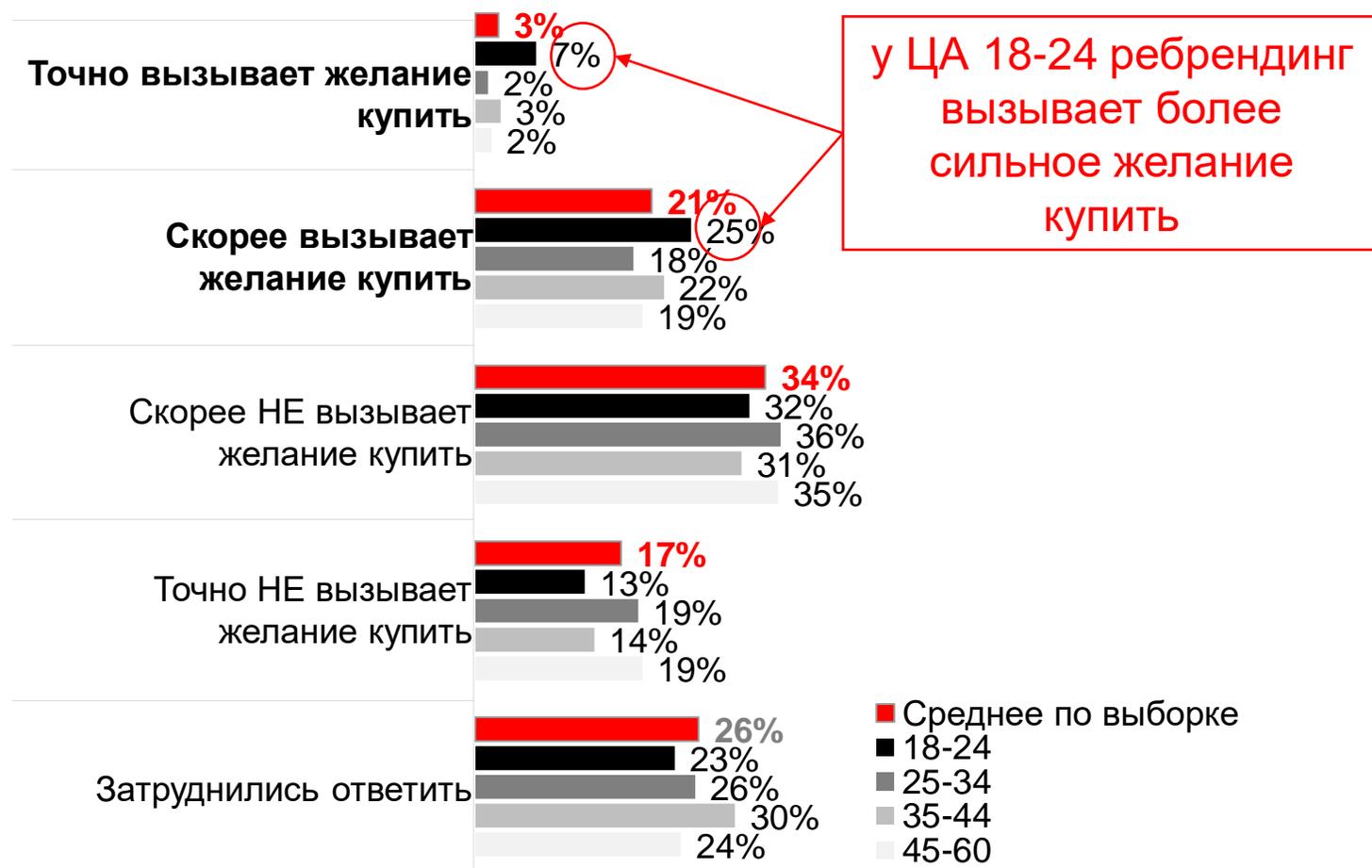


Больше других
 обращают
 внимание на
 ребрендинг

ЗАМЕЧАЮТ ЛИ РЕБРЕНДИНГ ПОТРЕБИТЕЛИ

Вызывает ли обычно новое название или новый логотип желание купить товар или услугу компании / производителя?

В какой степени вызывает интерес, то, что компания / бренд сменила логотип / название:



ТОП-20 КОМПАНИЙ, ЧЕЙ РЕБРЕДИНГ ПОМНЯТ

°GRADUS

МТС / Vodafone

LG

AXA / ARX

Kyivstar

Carlsberg

Укрпочта

OLX

McDonald's

АТБ

Mastercard

Coca Cola

Укрзалізниця

Lifecell

Kasta

Rozetka

Новая почта

Моршинская

Samsung

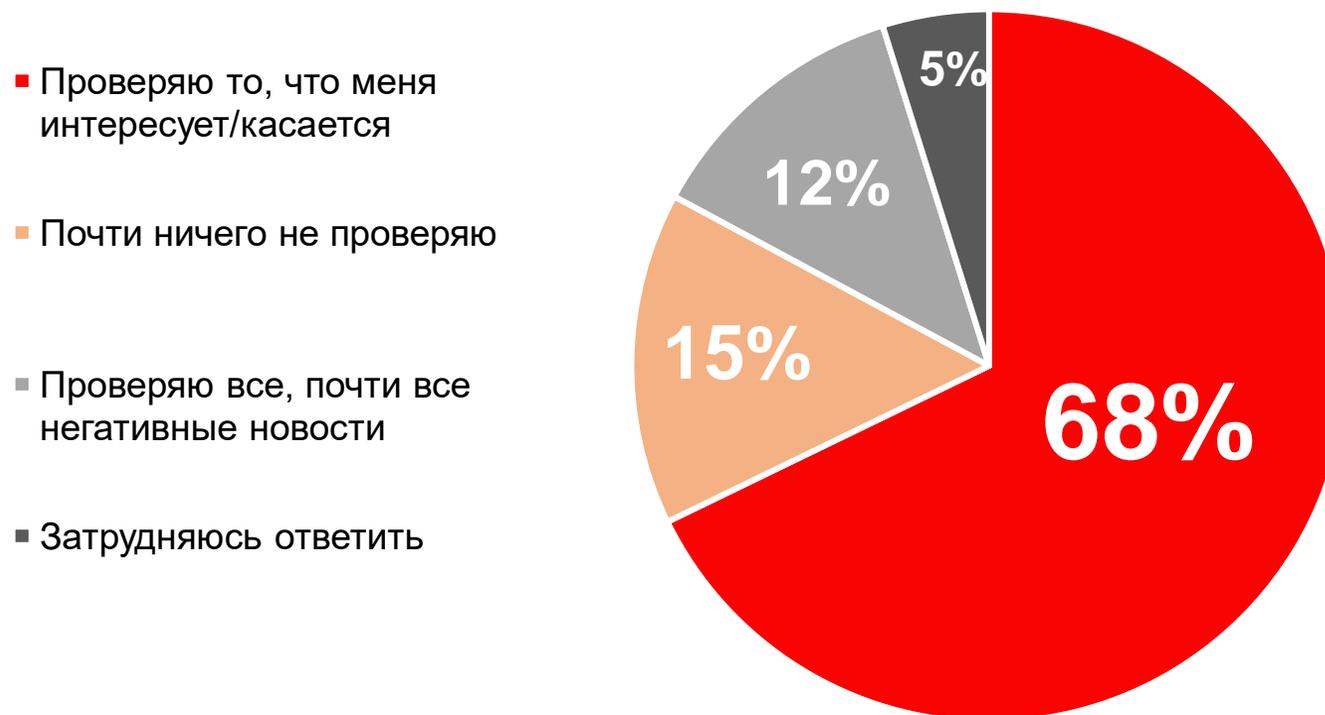
ДТЭК (Ясно/Yasno)

Adidas

COMMUNICATIONS TALKS

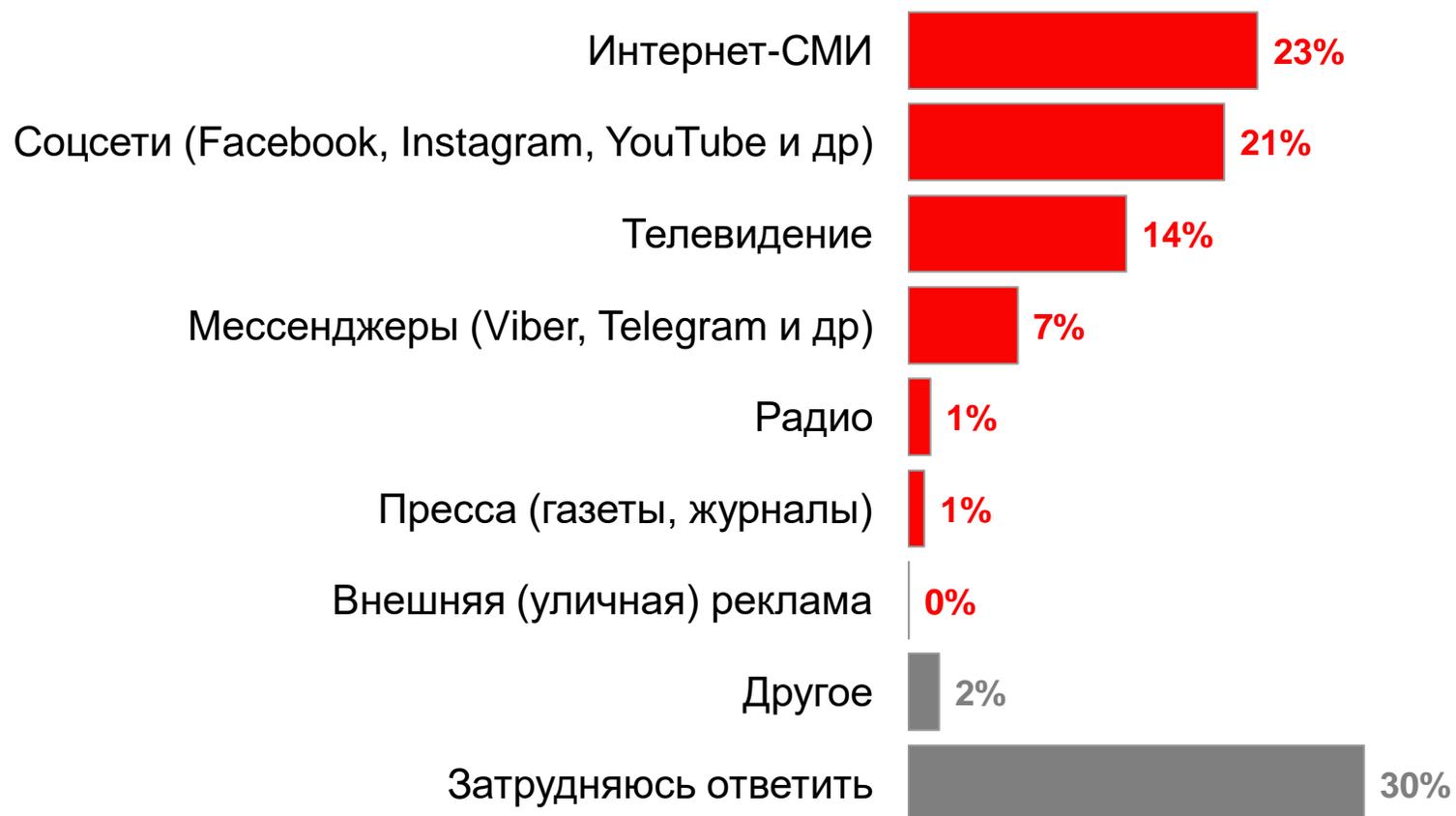
ДОВЕРЯЙ, НО ПРОВЕРЯЙ

Обычно, когда Вы на любом из ресурсов встречаете негативную новость, проверяете ли Вы информацию, ища ее на других ресурсах?



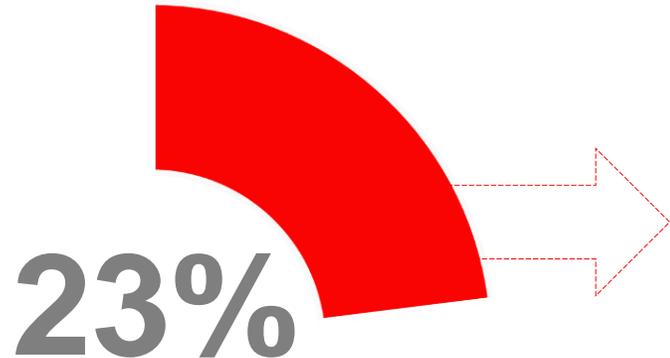
ДОВЕРИЕ К МЕДИА

Какому источнику информации доверяют больше всего:



ДОВЕРИЕ К ИНТЕРНЕТ-СМИ

Новостям на каких сайтах доверяют больше всего:

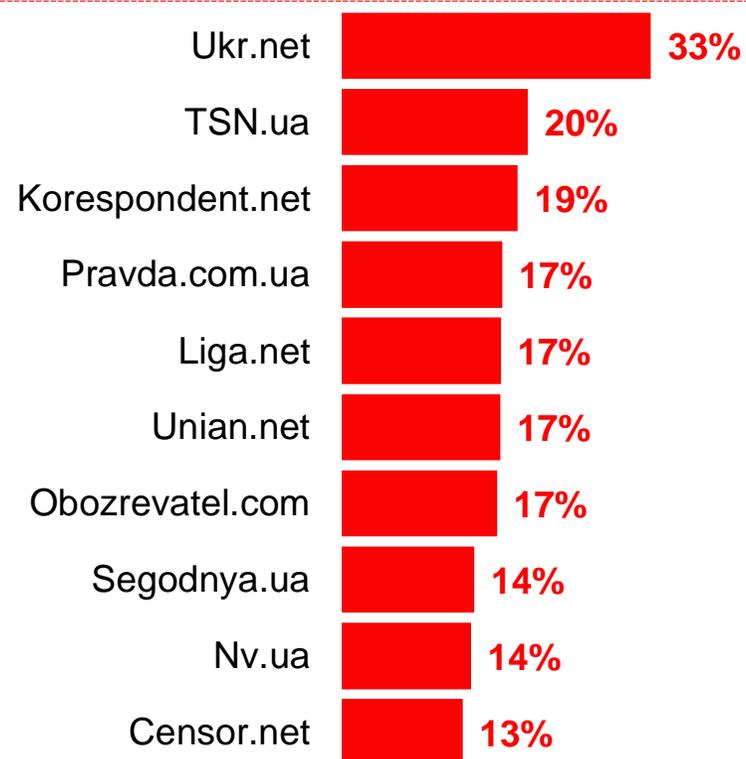


23%

Доверяют информации
Интернет-СМИ

База, все опрошенные. N=1000

ТОР-10 сайтов:



База, доверяют информации Интернет-СМИ. N=230

ДОВЕРИЕ К ТВ-КАНАЛАМ

Новостям на каких телеканалах доверяют больше всего?

14%

Доверяют информации ТВ

База, все опрошенные. N=1000

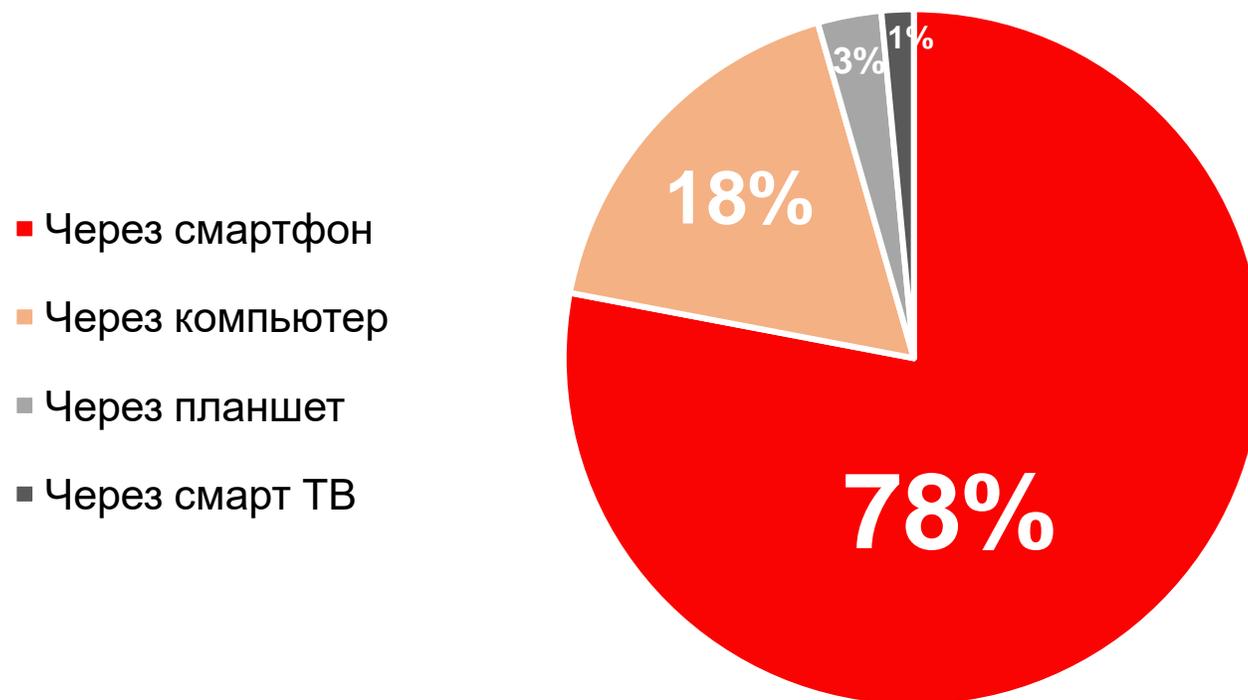
ТОР-10 ТВ-каналов:



База, доверяют информации ТВ. N=144

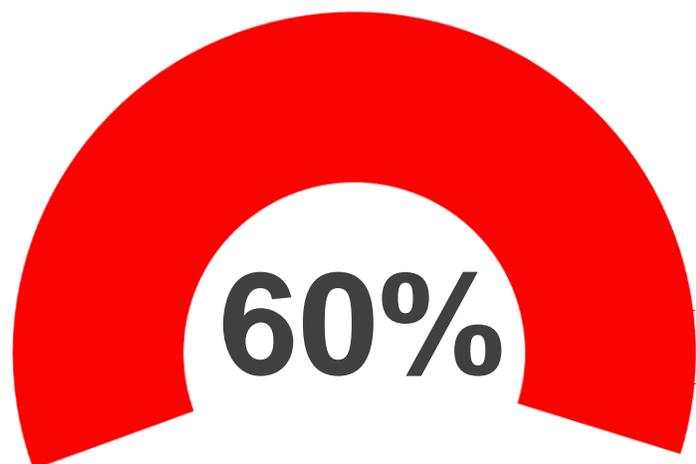
ТОЧКА ВХОДА

Каким образом чаще всего заходят в Интернет:



STRESS AT WORK

Что именно чаще всего становилось причиной стресса или нервозности в течение нескольких последних месяцев?



Испытывали в последние несколько месяцев стресс или сильную нервозность

База, все опрошенные. N=1000



База, испытывали стресс в последние месяцы. N=604

ПРИЧИНЫ СТРЕССА НА РАБОТЕ

Что обычно вызывает стресс на работе:



Что предпринимают, чтобы справиться с нервозностью или стрессом:

Не связанным с работой

Связанным с работой

