



ЖИТТЯ ПОКОЛІНЬ

ПІДГОТОВЛЕНО СПЕЦІАЛЬНО ДЛЯ
ЧАС ВЕЛИКИХ ПОДІЙ ІЗ МЕДІА ГРУПОЮ УКРАЇНА

Gradus Research Company

- ✓ **Gradus Research** – це маркетингові та соціологічні опитування через мобільний додаток.
- ✓ **Мобільний додаток Gradus** встановлено в учасників панелі – респондентів, які погодилися брати участь в опитуваннях та отримують за це мотиваційні бонуси на мобільний рахунок.
- ✓ **Швидкість та точність результатів** – дві переваги досліджень Gradus.

Результати національного опитування за 24 години – тепер реальність!



Параметри дослідження

Параметри вибірки:

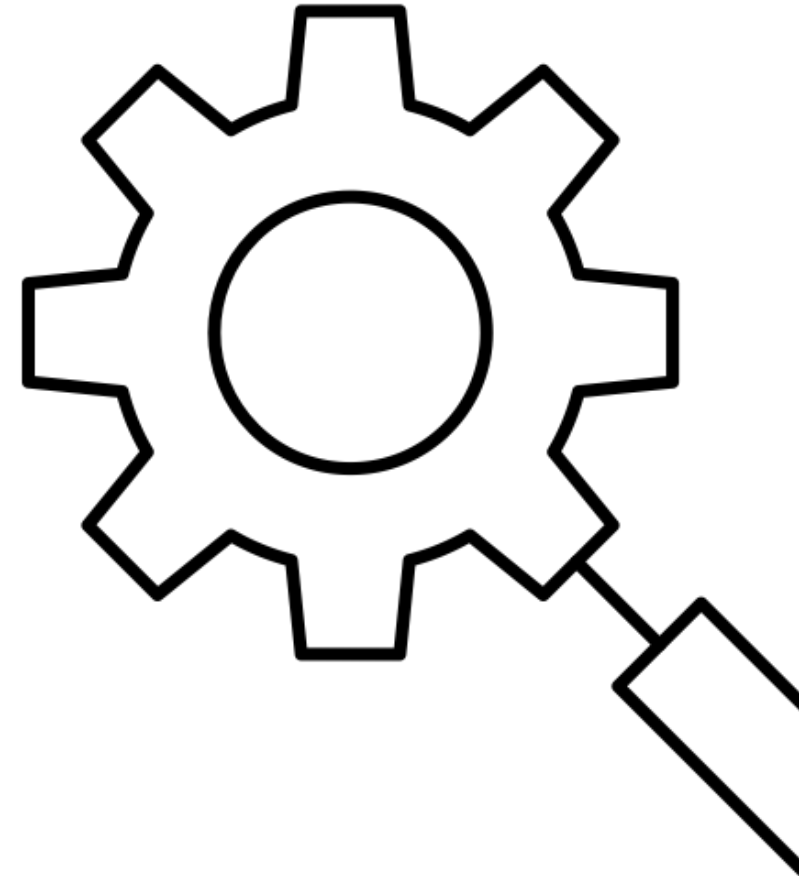
ЦА та географія: чоловіки та жінки у віці 18-64 років, які мешкають у містах з населенням 50 тис. жителів та більше

Розмір вибірки: 1000 респондентів

Похибка вибірки: не більше 2,3%

Період проведення поля та розмір вибірки:

28 вересня 2021 року з 19:00 до 23:00 годин

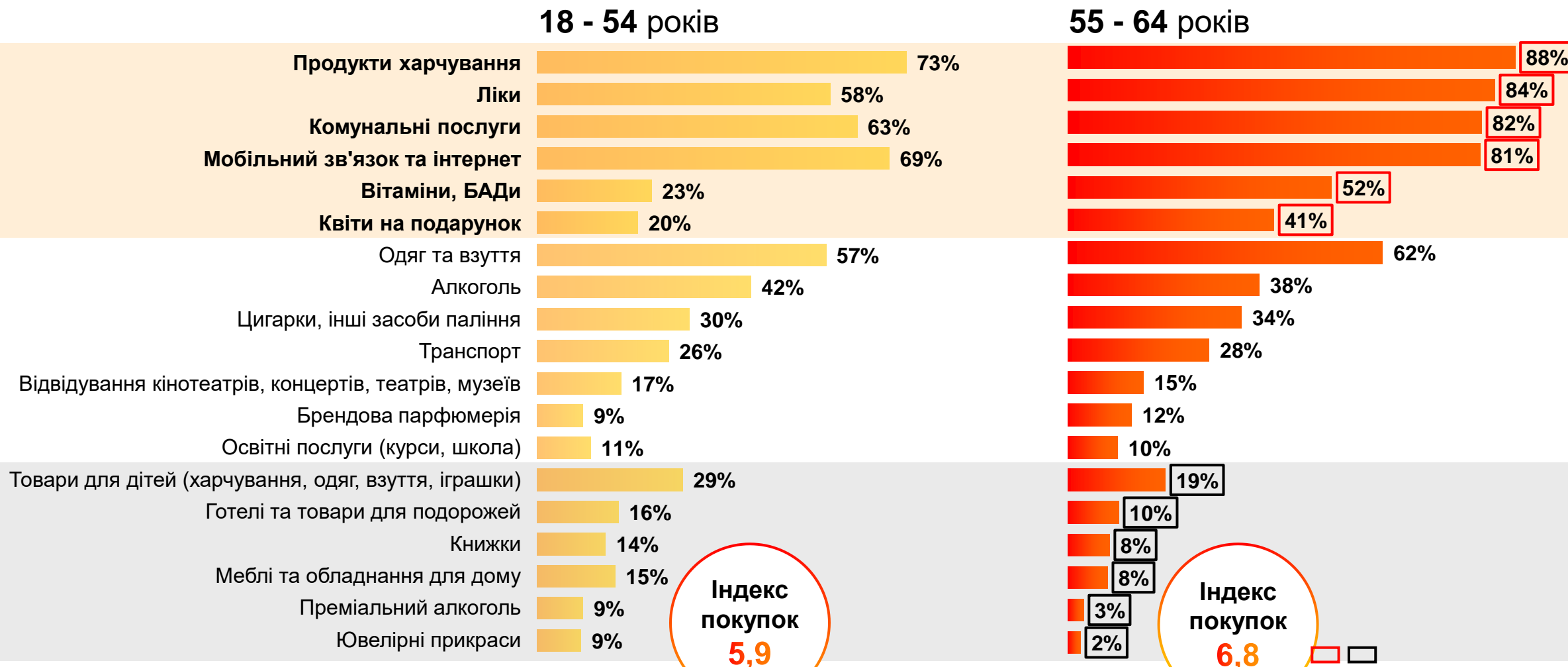


1

**Патерни
споживацької
поведінки
поколінь**



Люди 55-64 більшість категорій товарів та послуг купують активніше або на рівні з людьми віком 18-54



Індекс «Різноманітність покупок»
 відображає середню кількість категорій, що купують

N=779

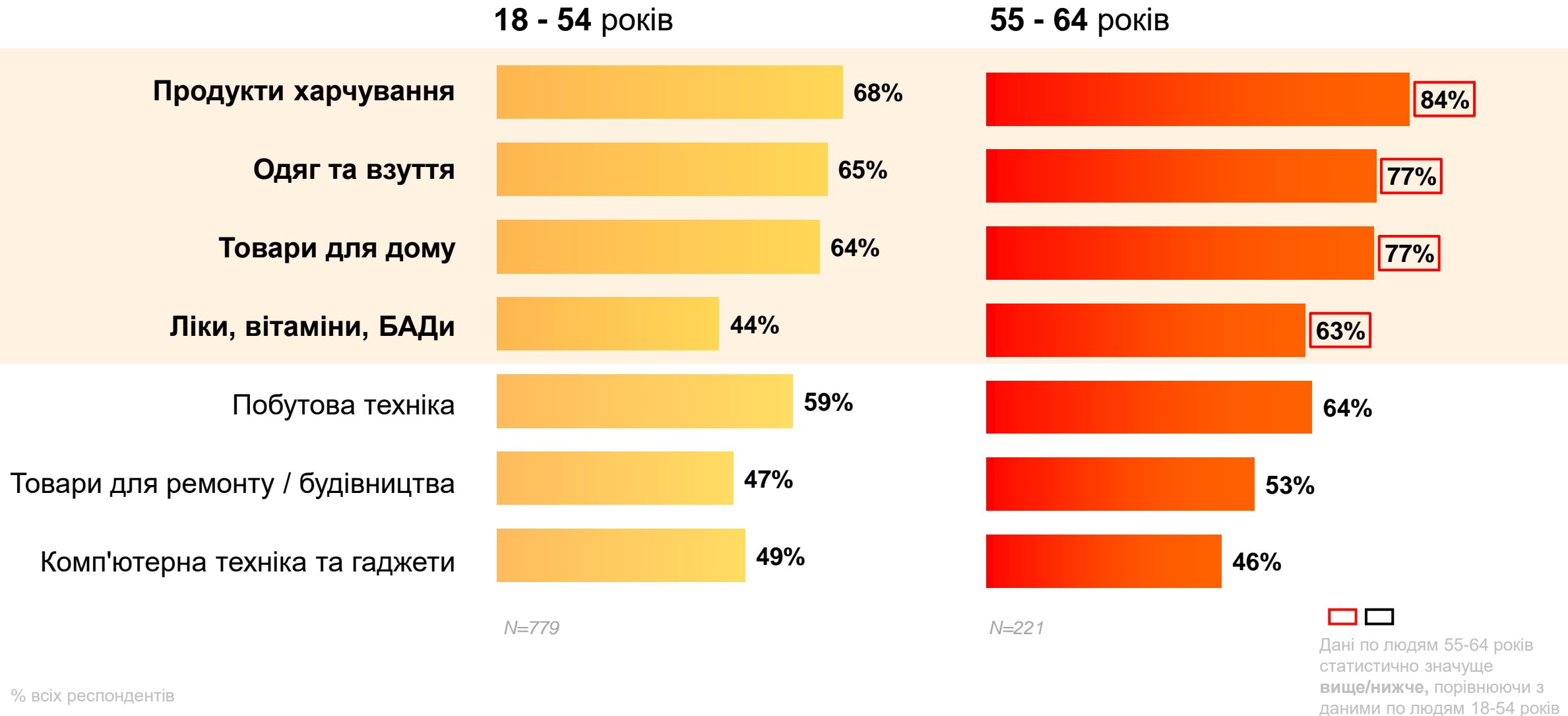
Індекс покупок
5,9

N=221

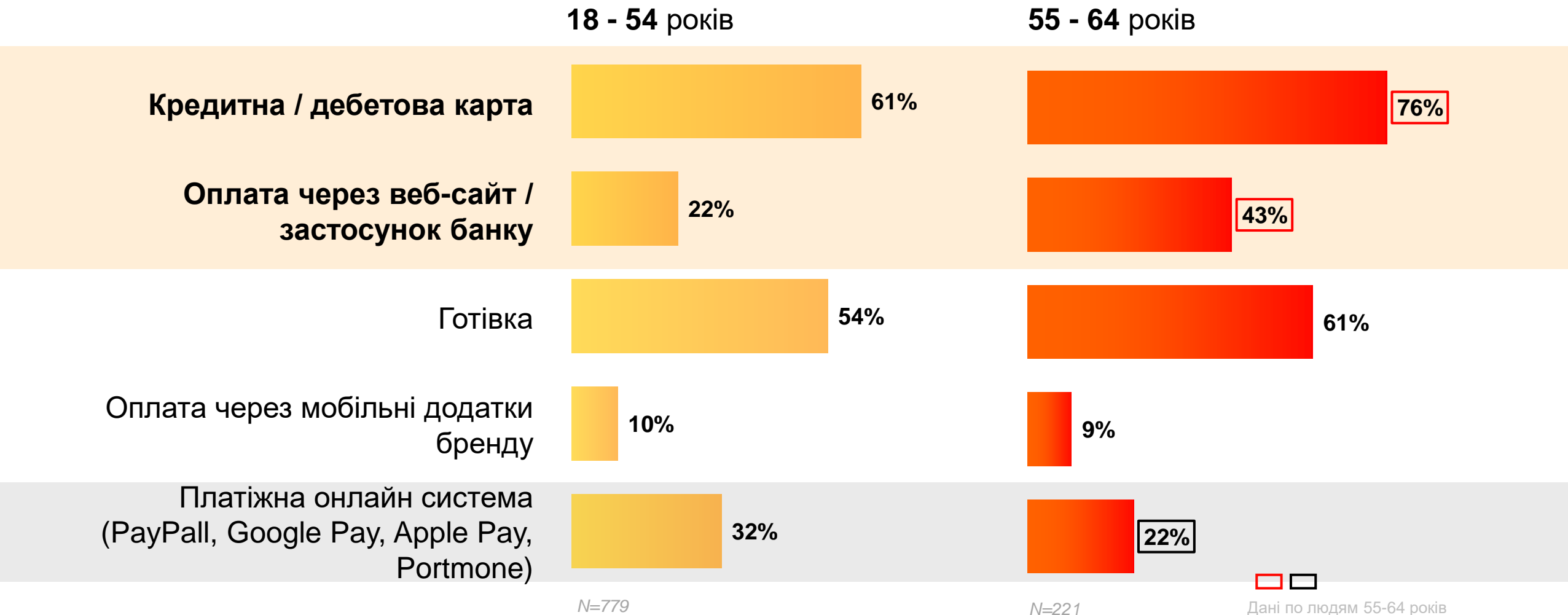
Індекс покупок
6,8

Дані по людям 55-64 років статистично значуще вище/нижче, порівнюючи з даними по людям 18-54 років

Люди 55-64 більшою мірою відповідальні за прийняття рішення про покупки в родині

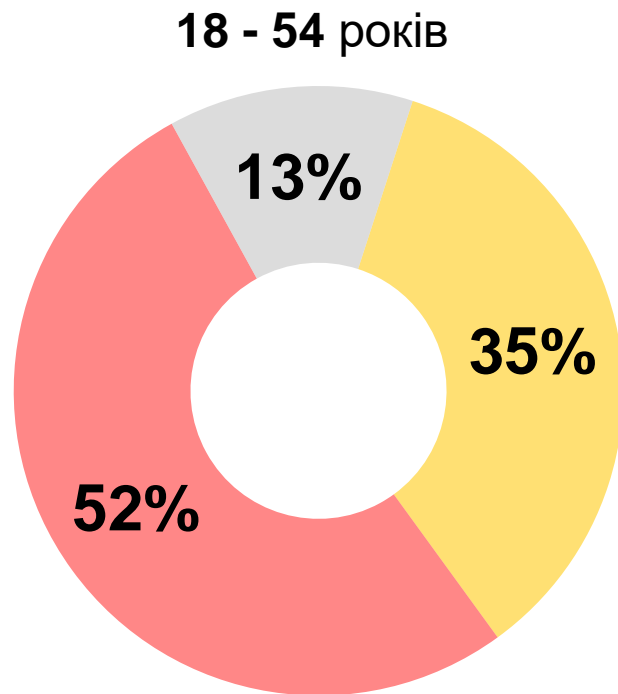


Люди 55-64 частіше розраховуються банківськими картками та за допомогою онлайн-банкінгу, порівнюючи з людьми 18-54

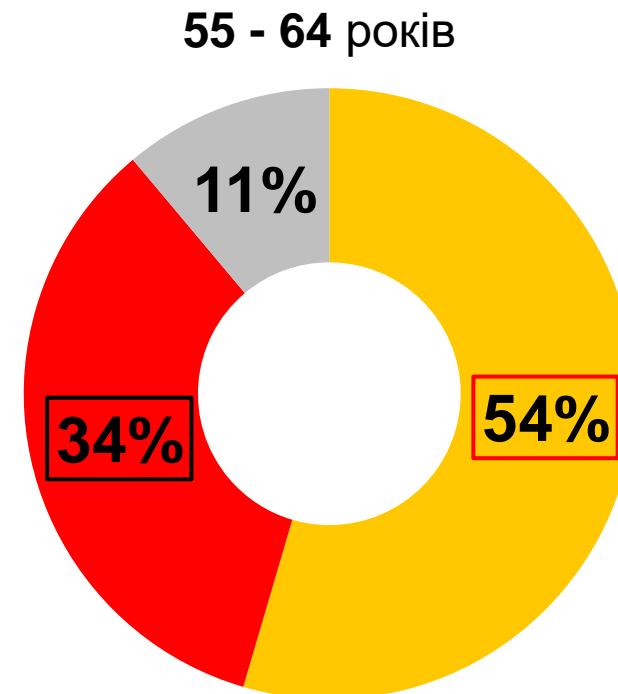


Дані по людям 55-64 років статистично значуще вище/нижче, порівнюючи з даними по людям 18-54 років

В півтора рази більше **людей 55-64** мають заощадження, порівнюючи з людьми 18-54



- Так
- Ні
- Важко відповісти



Дані по людям 55-64 років статистично значуще **вище/нижче**, порівнюючи з даними по людям 18-54 років

2 **СТИЛЬ ЖИТТЯ ПОКОЛІНЬ**

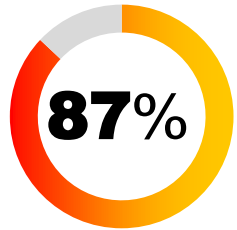


Люди 55-64 років...



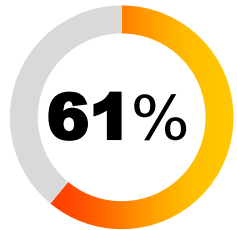
90%

Включені в соціально-політичне життя країни



87%

З легкістю користуються інтернетом

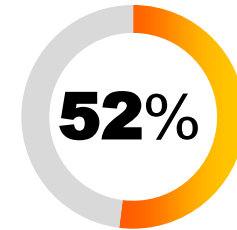


61%

Читають соцмережі

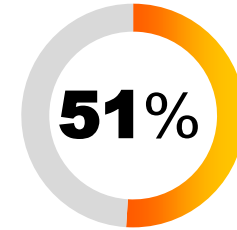


 Gradus



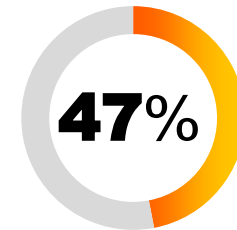
52%

Відвідують кафе, бари та ресторани



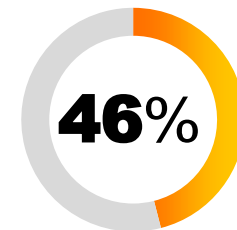
51%

Подорожують Україною чи закордон



47%

Займаються спортивною активністю



46%

Проводять час з друзями

Згодні з твердженням:



Постійно знаходжуся в пошуку нових захоплюючих справ.

55 - 64 років

66%

N=221

18 - 54 років

52%

N=779



Дані по людям 55-64 років статистично значуще вище/нижче, порівнюючи з даними по людям 18-54 років

Згодні з твердженням:



«Активно цікавлюся новинками, які з'являються на ринку».

55 - 64
років

71%

N=221

18 - 54
років

59%

N=779



Дані по людям 55-64 років статистично значуще вище/нижче, порівнюючи з даними по людям 18-54 років

Згодні з твердженням:



«Активно слідкую за новими тенденціями і трендами».

55 - 64
років

62%

N=221

18 - 54
років

30%

N=779



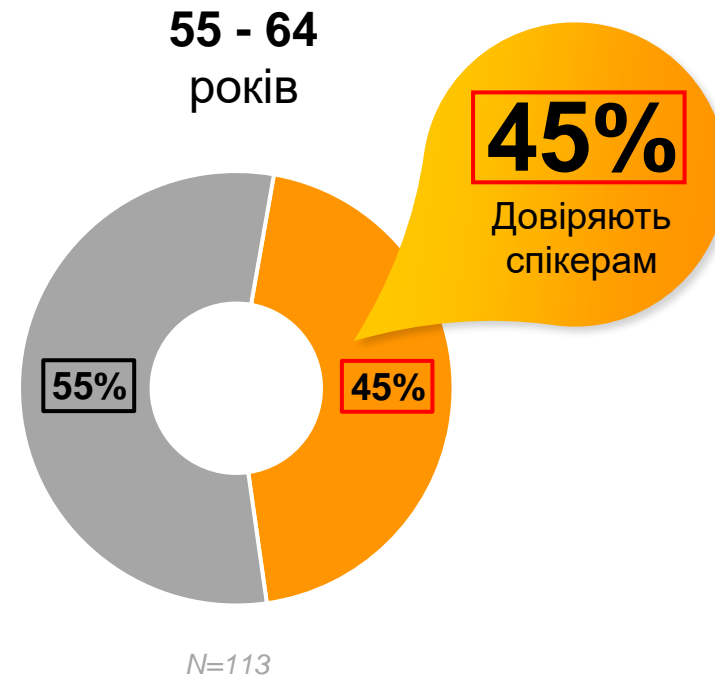
Дані по людям 55-64 років статистично значуще вище/нижче, порівнюючи з даними по людям 18-54 років

Люди 55-64 висловлюють вищий рівень довіри до блогерів та телеведучих



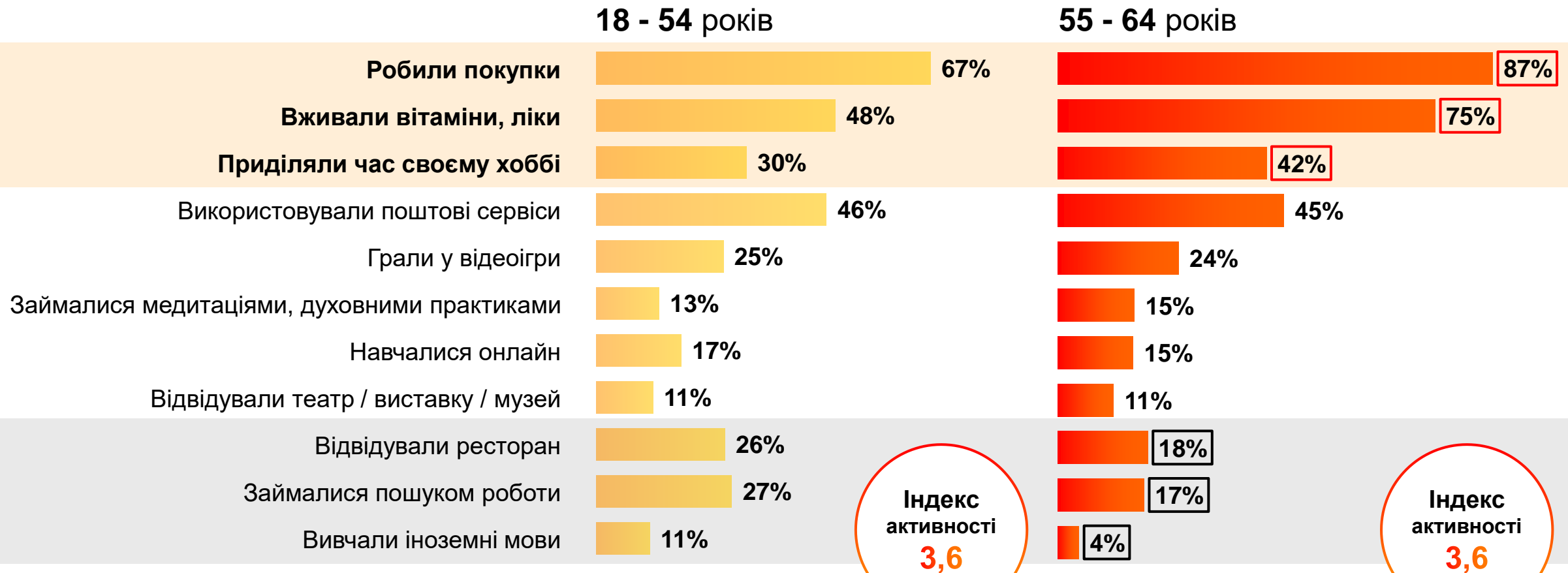
Довіра до спікерів загалом
(блогери + телеведучі)

- Довіряють
- Не довіряють



Дані по людям 55-64 років статистично значуще вище/нижче, порівнюючи з даними по людям 18-54 років

Люди 55-64 здебільшого мають такий же рівень життєвої активності, як і люди 18-54



Індекс «Життєвої активності»
 відображає середню кількість активностей,
 в яких приймали участь

N=779

N=221



Дані по людям 55-64 років
 статистично значуще
 вище/нижче, порівнюючи з
 даними по людям 18-54 років



Можливо, це очевидно, але люди 55-64...

- ✔ Волють жити враженнями
- ✔ Спокійніше реагують на кризи
- ✔ Мають активи та заощадження
- ✔ Сильніше залучені в покупки
- ✔ Більше довіряють лідерам думок
- ✔ Активні у соціальних мережах та адаптовані в діджиталі
- ✔ Контролюють родинні бюджети
- ✔ І у них є багато грошей ...

Gradus Research
Company

