

**“СЕКОНД ХЕНД” В УКРАЇНІ:
ставлення громадян до
заборони і можливі наслідки
такого рішення**

**Соціологічна група "Рейтинг"
ЖОВТЕНЬ 2010**



Методологія

Аудиторія дослідження:

населення України віком від 18 років і старші

Вибіркова сукупність:

2000 респондентів

Метод дослідження:

особисте формалізоване інтерв'ю з опитувальником (face to face)

Помилка репрезентативності дослідження:

для значень близьких до 50% похибка становить не більше 3%, для значень близьких до 30% - не більше 2,6%, для значень близьких до 10% - не більше 1,8%

Терміни проведення дослідження:

4-11 жовтня 2010 р.

Розподіл областей:

Захід	<i>Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька</i>
Центр	<i>Вінницька, Кіровоградська, Полтавська, Хмельницька, Черкаська</i>
Північ	<i>м. Київ, Київська, Житомирська, Сумська, Чернігівська</i>
Південь	<i>АР Крим, Одеська, Херсонська, Миколаївська, м. Севастополь</i>
Схід	<i>Дніпропетровська, Запорізька, Харківська</i>
Донбас	<i>Донецька, Луганська</i>

Резюме

Згідно з проведеним у жовтні 2010 року дослідженням в середньому українська родина витрачає на одяг і взуття близько 400 гривень на місяць або приблизно шосту частину свого бюджету. Зокрема, до 100 гривень витрачає на місяць кожна шоста родина, від 100 до 300 гривень – майже кожна четверта, від 300 до 500 гривень – майже кожна п'ята і т.д.

Якщо брати період еквівалентний середньому календарному року, кожного місяця здійснюють покупки одягу і взуття 16% опитаних, один-два рази на сезон – 41%, один-два рази на рік – 22%, рідше, ніж раз на рік – 13%.

Найбільш активні у питанні купівлі одягу мешканці Заходу та Півночі (передусім йдеться про Київ), менш активні – на Сході і Донбасі.

Частота купівлі одягу та взуття прямо пропорційна віку респондентів (чим молодші, тим частіше купують, третина опитаних у віці понад 60 років купують одяг рідше, ніж один раз в рік), типу поселення (більш активні споживачі у містах), статі (більш активні жінки), рівню доходів (опитані з доходом у 3000 гривень і більше майже вдвічі частіше купують одяг, ніж респонденти з доходами до 1000 гривень), рівню зайнятості (працюючі в 1,5 рази частіше купують одяг, ніж непрацюючі, хоча і в цій категорії є активні - студенти і домогосподарки), рівню освіти (чим вище освіта респондента, тим частіше він купує одяг і взуття). Неодружені більш активні в плані купівлі одягу, ніж одружені, разом з тим одружені більш активні, ніж розлучені.

Абсолютна більшість українців купують одяг і взуття на ринках (84%) і ця ситуація характерна для усіх без виключення регіонів. Третина опитаних здійснює покупки у невеликих магазинах, 14% - в універмагах і супермаркетах, 5% - в магазинах «брендового» одягу, 1% - в інтернеті, 1% - за кордоном.

27% опитаних купують зазвичай одяг та взуття українського виробництва, 22% - з Туреччини, 20% - Польщі, 19% - Китаю, 16% - країн Західної Європи, 11% - Росії, 8% - Білорусії, інші країни – 5%. Разом з тим 42% опитаних не звертає увагу на виробника при покупці. Така відповідь найбільш популярна на Донбасі, Сході і Півдні України.

Мешканці Заходу більш вимогливі до покупок. Тут значно більше популярні, ніж в решті регіонів одяг та взуття з Польщі та загалом із Західної Європи.

Найбільш перебірливими є мешканці Півночі, передусім Києва. Вибір дозволяє їм робити покупки усіх виробників. Що цікаво, саме тут рекордно високим є показник користування українським одягом (48%!). Це й не дивно, оскільки **майже третина респондентів назвали серед причин, чому не користуються вітчизняною продукцією, малу кількість місць її продажу, або взагалі їх відсутність. Ключовою ж перешкодою для купівлі українського одягу та взуття є невідповідність критерію «ціна/якість» (45%)** та низька якість продукції (37%), ще 31% назвали малий асортимент і 14% - невідповідність тенденціям моди.

Цікаво, що для респондентів, які купують вітчизняну продукцію головний аргумент саме відповідність ціни якості – таких половина. Проте, в перерахунку на абсолютні величини таких вже і не так багато – купують вітчизняний одяг 27% з них половина становить лише 14%. Третина купує українську продукцію, щоб підтримати вітчизняного виробника, ще 27% цінують хорошу якість, 16% - хороший вибір і лише 4% з тих, хто купує український одяг, вважає, що він відповідає тенденціям моди. Тобто споживач української продукції не такий вже й вибагливий. Остання категорія, а вона дедалі зростає, шукає альтернативу, проте обмежені доходи значно стримують цей пошук.

Резюме

Однією із реальних альтернатив для таких людей став вживаний одяг з Європи або «секонд хенд».

Дві третини опитаних українців позитивно ставляться до того, в Україні є можливість придбати вживаний одяг чи взуття з Європи або так званий «секонд хенд» і лише 18% - негативно. Найбільш позитивно ставляться на Заході (77%), Півночі (72%) та Центрі України (66%), менше позитивно, хоча і тут переважна більшість відповідала в «плюс», – на Півдні (56%) та Донбасі (53%).

Жінки значно позитивніше ставляться до «секонд хенду», ніж чоловіки.

57% опитаних респондентів у віці понад 18 років купували коли-небудь товари «секонд хенду», з них 18% - це робили раніше, а 39% - купували і купують зараз. Разом з тим 43% українців ніколи не купували «секонд хенду».

Найбільше користувачів «секонд хенду» на Заході (48% купує зараз), Сході (41%) і Донбасі (41%). При цьому останній регіон лише приходить до цього, оскільки лише 10% купували цю продукцію раніше.

У містах «секонд хенд» більш популярний, ніж в селах. Користувачами його є переважно жінки, люди середнього віку (30-39 років), середньої спеціальної або вищої освіти. За сімейним положенням це розлучені та одружені. Варто звернути увагу на те, що якщо брати загалом одяг і взуття, то одружені більш активні в плані купівлі, ніж розлучені, а в питанні користування «секонд хендом» - навпаки.

Більше половини громадян, зайнятих домашнім господарством або тих, які перебувають у декретній відпустці, є користувачами товарів «секонд хенду», при чому активних – половина з них купує ці товари кілька разів на місяць.

Одним із найбільш вагомих критеріїв ідентифікації споживача вживаного одягу є рівень його доходів, коли з одного боку є потреба гарно одягатись при обмежених ресурсах, з іншого – одягатись хоч якось при мінімальних ресурсах. **Найбільше користувачів «секонд хенду» серед респондентів з рівнем доходів менше 1000 гривень на місяць (45%). 39% - серед респондентів з рівнем доходів 1000-2000 гривень на місяць.**

Рівень користування зазначеною категорією товарів прямо пропорційний рівню сукупних витрат сім'ї на одяг і взуття. Майже половина людей, які витрачають з сімейного бюджету на одяг і взуття менше 100 гривень або від 100 до 300 гривень на місяць є користувачами «секонд хенду». Серед людей з місячними витратами на рівні 300-500 гривень таких 38%.

З огляду на зазначені цифри цілком логічним виглядає той факт, що **85% опитаних вважають, що від заборони «секонд хенду» постраждають малозабезпечені громадяни України.**

Варто також зазначити, що користувачами «секонд хенду» є не лише малозабезпечені. Так, третина респондентів з доходами від 2000 до 3000 гривень і понад 3000 гривень на місяць також є користувачами «секонд хенду», а також третина тих, які витрачають на одяг і взуття 500-1000 гривень на місяць.

Помітна певна еволюція якості споживача. Якщо для респондентів, які користувались вживаним одягом раніше (а зараз припинили це робити) головною причиною була відсутність коштів на купівлю нових речей (38%), то для сьогоdnішніх користувачів – «секонд хенд», в першу чергу, це **якісні речі за доступні ціни (64%).** Крім того сьогодні 45% йде на «секонд» через відсутність коштів, 27% - бачать у цьому можливість серед вживаних речей знайти новий одяг, 23% - дешево придбати одяг модних «брендів», 14% - доступний дитячий одяг. При цьому, якщо раніше 22% опитаних купували «секонд хенд» для використання у професійній діяльності, то сьогодні таких лише 13%.

Резюме

54% продовжували б купувати товари «секонд хенд» навіть якби у них було достатньо коштів для купівлі нового одягу. Третина відмовилась би від таких товарів.

Звичайно у людей, які ніколи не купували товари «секонд хенду» - 43% із всієї вибірки - є свої аргументи. Так, головний з них – цей одяг небезпечний для здоров'я (обробляється формальдегідами) – таких 30%. Ще 26% не йдуть на «секонд», оскільки їм вистачає коштів, щоб купувати нові речі, 24% - це принижує їхню гідність, для 20% соромно купувати вживаний одяг і 9% не задовольняють умови, в яких продається товар.

Натомість користувачі «секонд хенду» переважно задоволені умовами, в яких продаються товари (68%). Не задоволені 22%. Найбільше задоволені умовами споживачі на Заході і Півночі. Решта регіонів задоволені значно менше.

На сьогодні **62% опитаних громадян не підтримують ідею заборонити ввезення в Україну товарів «секонд хенду»** (серед користувачів таких 91%!, серед тих, які ніколи не користувалися – 30%). Підтримують ідею 18%. Для 17% байдуже, що буде із «секонд хендом», ще 5% - не визначились.

Найменше підтримують заборону на Донбасі і Заході України.

У випадку припинення торгівлі «секонд хендом» 67% користувачів (рівень доходів до 1000 гривень та 1000-2000 гривень) мають намір економити і купувати менше одягу і взуття. 9% (рівень доходів від 2000 гривень) - збільшать витрати із сімейного бюджету на одяг і взуття, щоб купувати його стільки ж як раніше.

43% користувачів бачать в якості альтернативи «секонд хенду» будь-який дешевий одяг незалежно від країни виробника, 25% - дешевий вітчизняний одяг, 16% - будь-який якісний одяг, якщо він буде навіть дорожчий, 16% - дешевий одяг з Білорусі та Росії, 6% - дешевий одяг із Китаю. 3% мають намір і далі купувати «брендові» речі.

42% опитаних громадян переконані, що від заборони «секонд хенду» виграють вітчизняні виробники одягу і взуття, 39% - так не думають, а 20% - не визначились.

Разом з тим, 67% опитаних думають, що від заборони виграють імпортери дешевого одягу, 18% - ні, а 19% - не визначились.

На питання «Хто виграє від заборони більше?» 11% відповіли, що вітчизняна легка промисловість, 35% - імпортери, 19% обидві сторони виграють однаково, 17% - не виграють ані перші, ані другі, а 18% - не змогли відповісти.

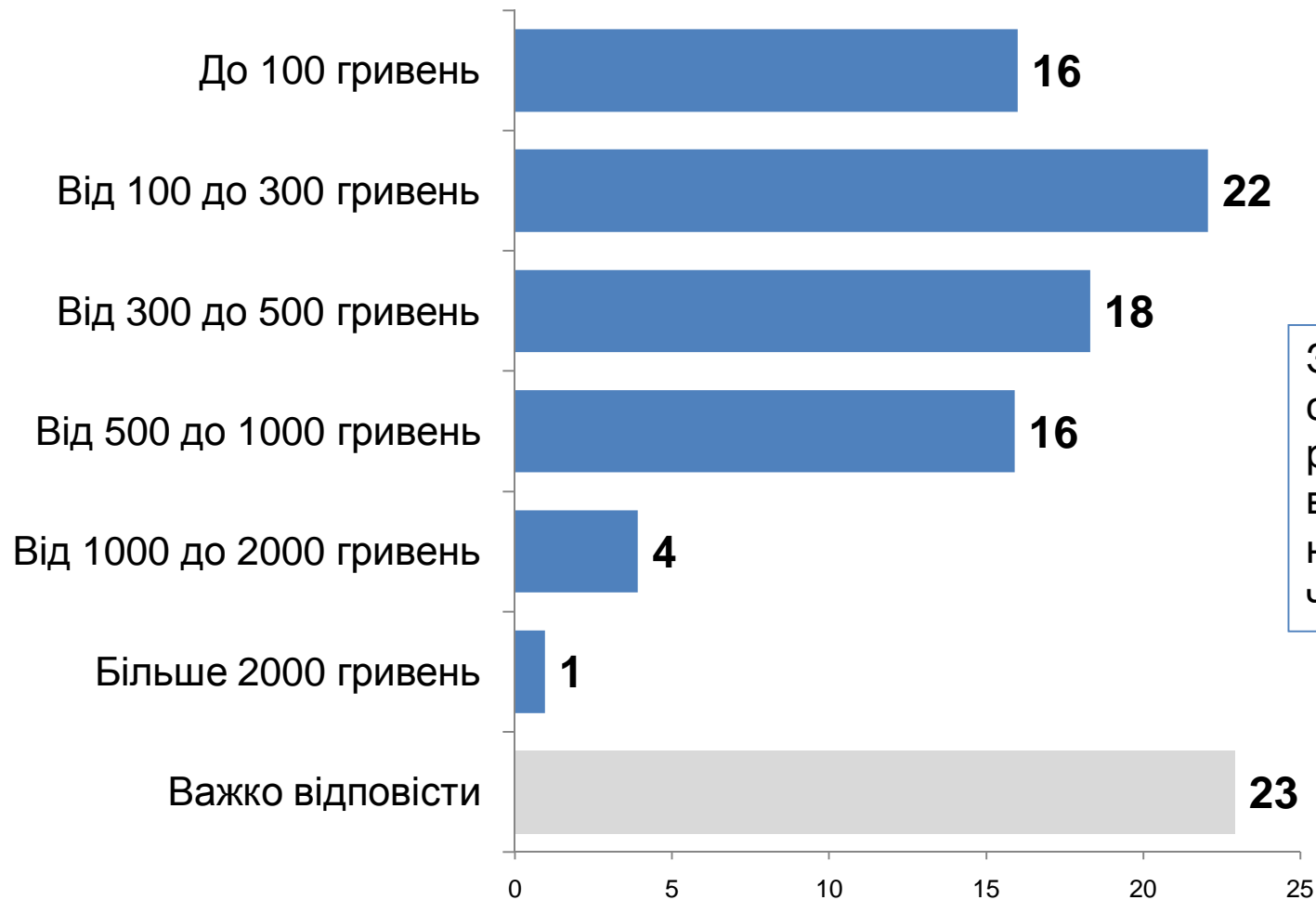
Разом з тим **абсолютна більшість (94%) опитаних переконані, що держава повинна підтримувати розвиток вітчизняного виробництва одягу і взуття.** Серед заходів, які можуть бути найбільш ефективними для підтримки вітчизняного виробництва одягу та взуття 36% виділили збільшення податкових пільг для галузі легкої промисловості, 21% - посилення боротьби з контрабандою на митниці, 19% - заборону імпорту дешевого одягу з Китаю і 4% - заборону імпорту «секонд хенду».

53% опитаних допускають, що під виглядом «секонд хенду» в Україну завозиться новий одяг як контрабанда, 18% - ні, 29% - не змогли відповісти на питання. Серед респондентів, які допускають факти контрабанди, 5% вважають, що в цьому більше винні імпортери, 34% - митники і 54% - бачать однакову вину як одних, так і інших. **59% опитаних переконані, що держава здатна вирішити питання контрабанди нового одягу не забороняючи ввезення «секонд хенду».** Не впевнені в цьому 19% опитаних. 22% - не змогли відповісти на питання.

Місце купівлі одягу і взуття у житті українців

■ Місячний бюджет на одяг і взуття

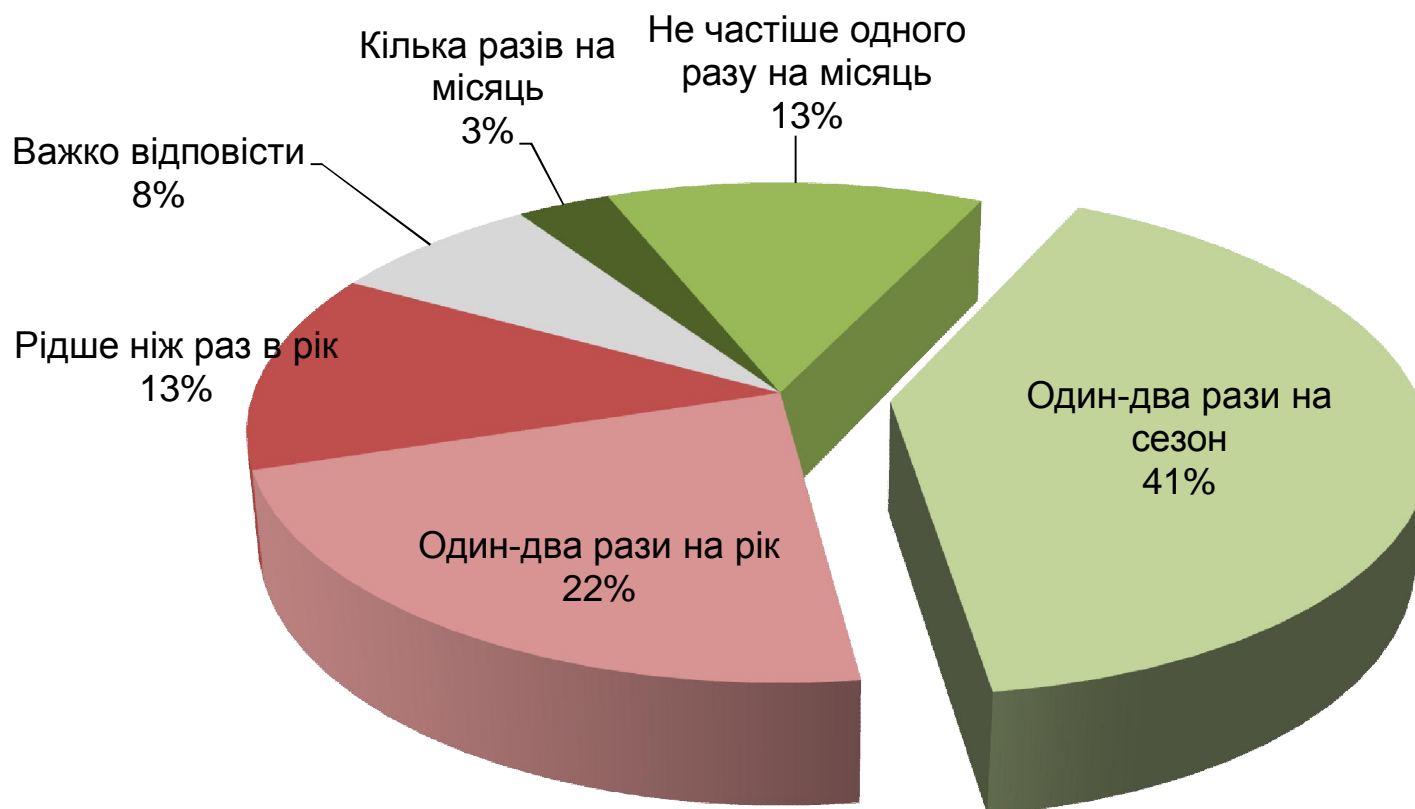
Скільки гривень на місяць в середньому Ваша сім'я витрачає для купівлі одягу та взуття?



Згідно з дослідженням в середньому українська родина витрачає на одяг і взуття близько **400 гривень** на місяць або близько шосту частину свого бюджету

■ Частота купівлі одягу і взуття

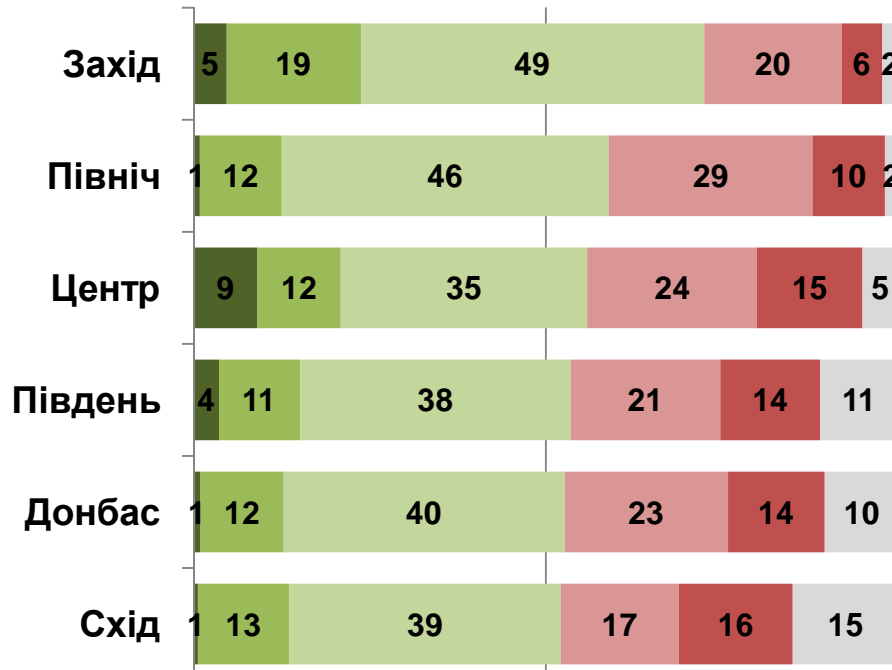
Як часто протягом року Ви купуєте одяг та взуття для себе або членів Вашої родини?



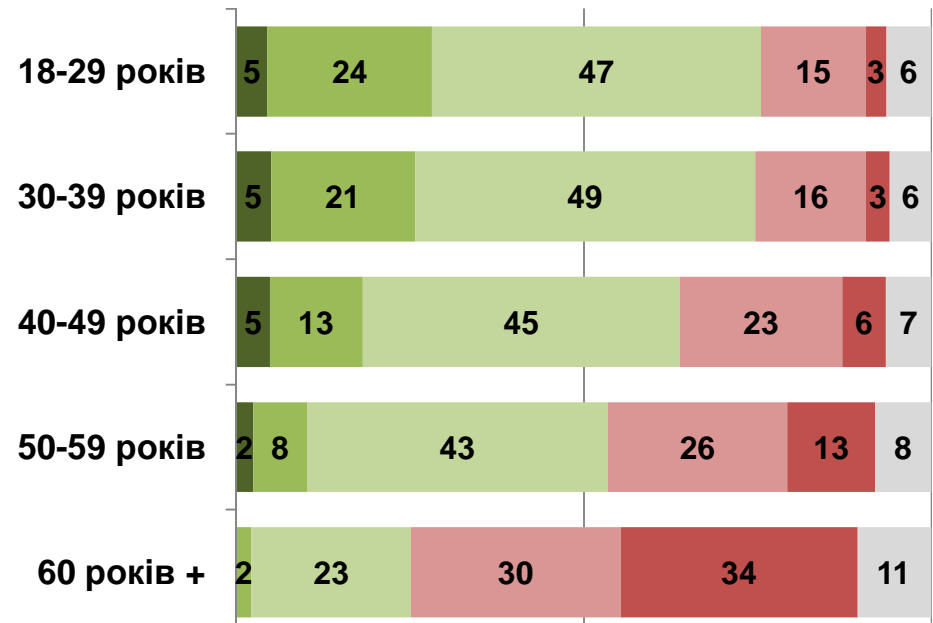
Частота купівлі одягу і взуття

- Кілька разів на місяць
- Не частіше одного разу на місяць
- Один-два рази на сезон
- Один-два рази на рік
- Рідше ніж раз в рік
- Важко відповісти

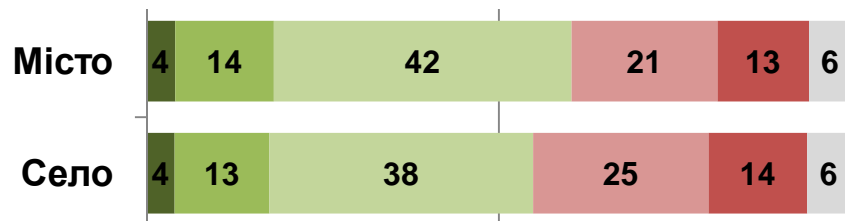
Регіони



Вік



Тип поселення



Стать



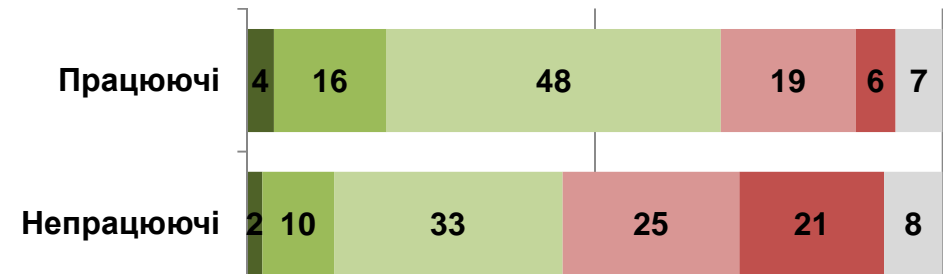
Частота купівлі одягу і взуття

- Кілька разів на місяць
- Не частіше одного разу на місяць
- Один-два рази на сезон
- Один-два рази на рік
- Рідше ніж раз в рік
- Важко відповісти

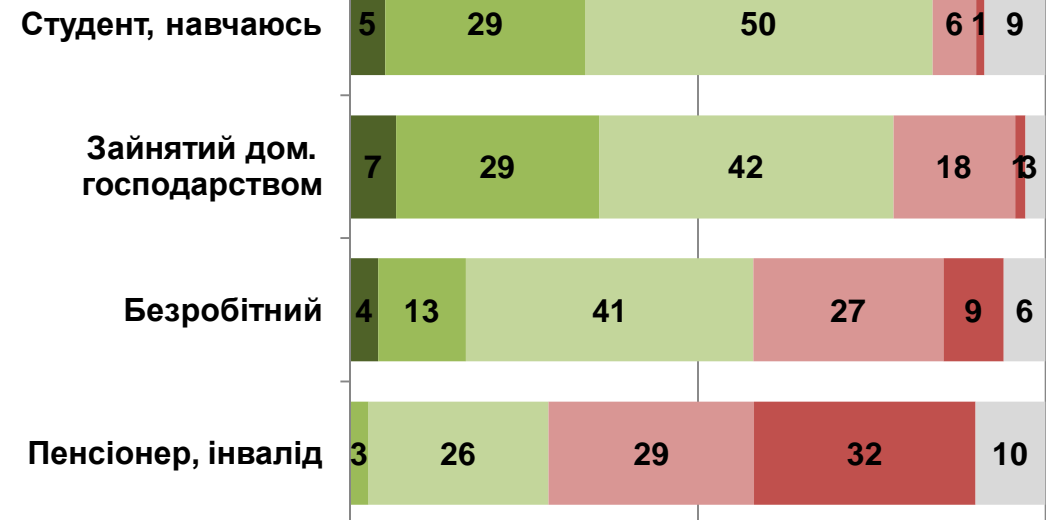
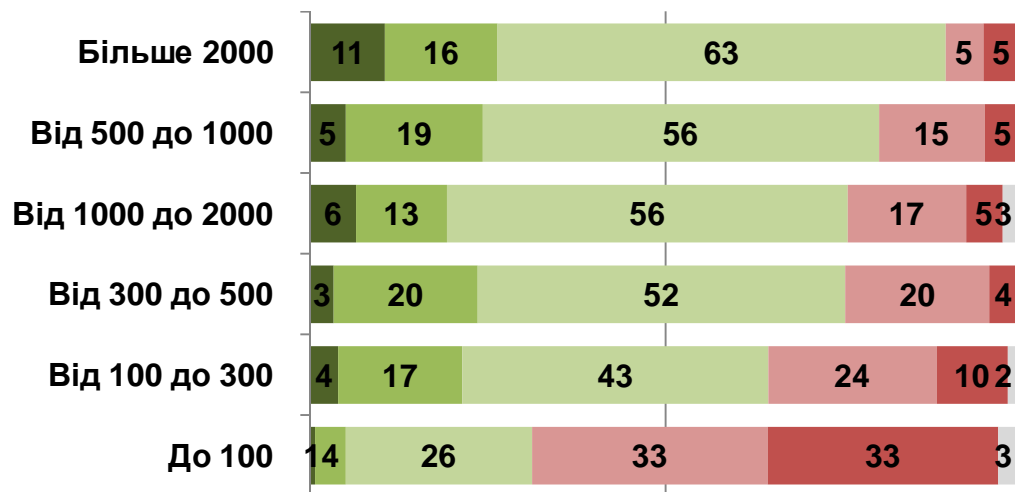
Місячний рівень доходів на сім'ю, грн.



Зайнятість



Місячний рівень витрат на одяг/взуття, грн.



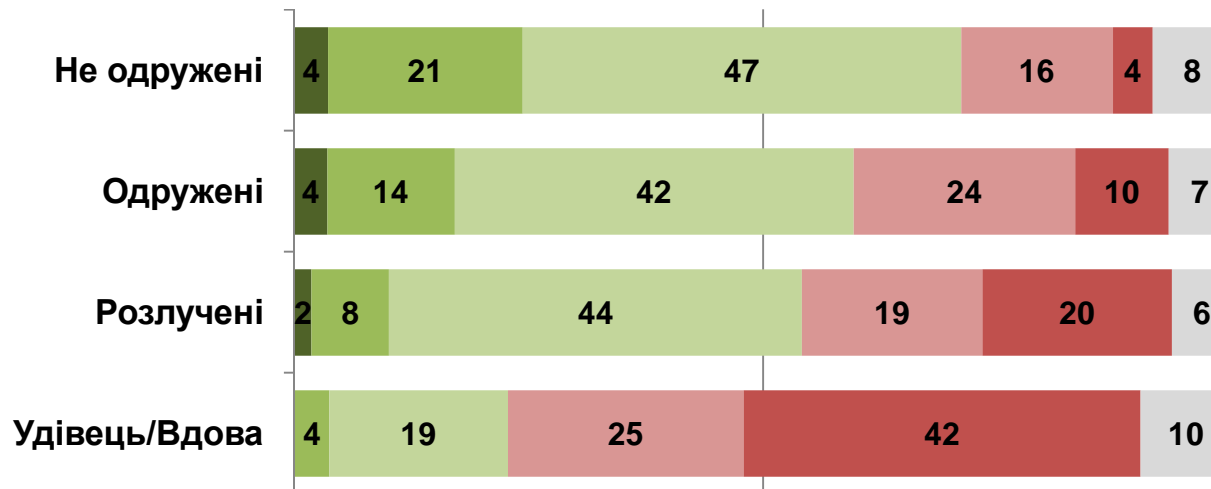
Частота купівлі одягу і взуття

- Кілька разів на місяць
- Не частіше одного разу на місяць
- Один-два рази на сезон
- Один-два рази на рік
- Рідше ніж раз в рік
- Важко відповісти

Освіта

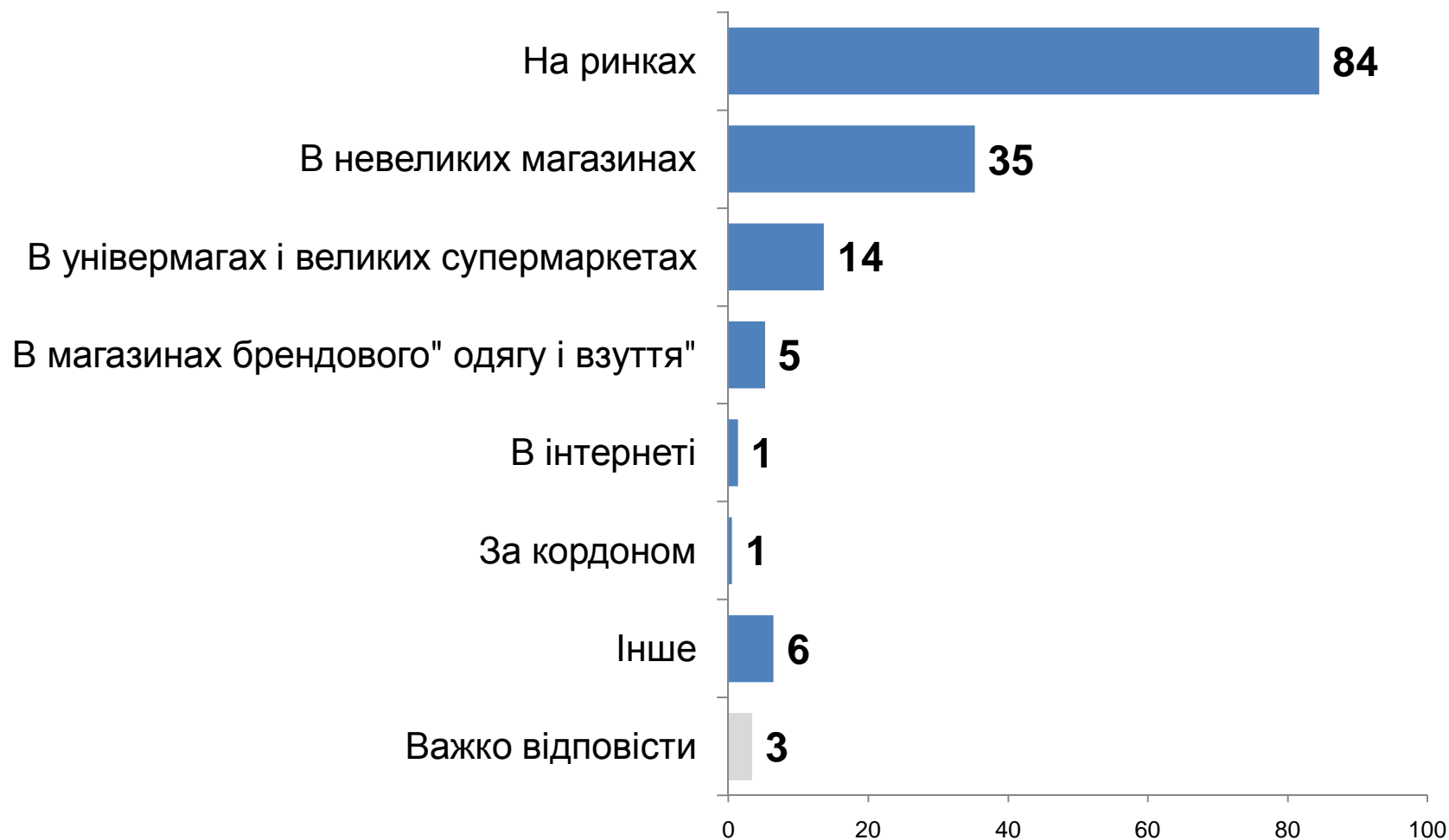


Сімейний стан



■ Де купують одяг і взуття

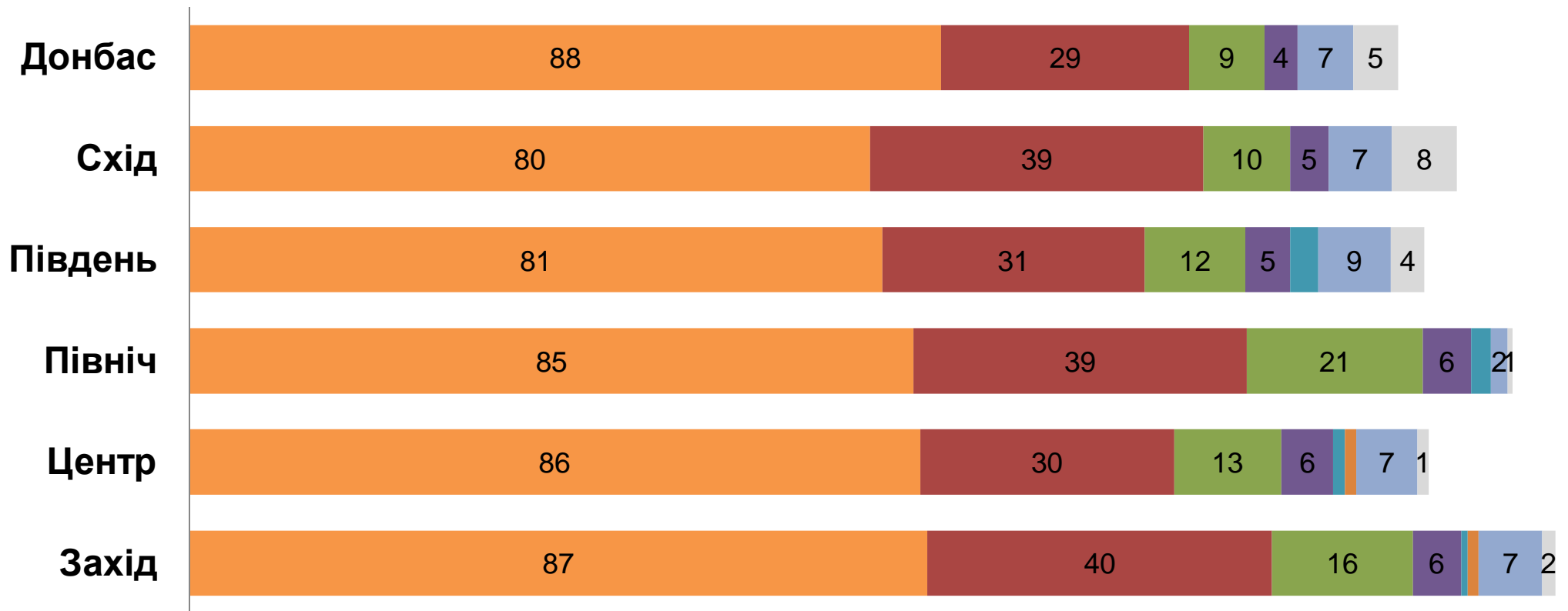
Де Ви зазвичай купуєте одяг та взуття для себе або членів Вашої родини?
ДОВІЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ВІДПОВІДЕЙ



■ Де купують одяг і взуття: відповіді у регіональному розрізі

Де Ви зазвичай купуєте одяг та взуття для себе або членів Вашої родини?
ДОВІЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ВІДПОВІДЕЙ

- На ринках
- В невеликих магазинах
- В універмагах і великих супермаркетах
- В магазинах брендового" одягу і взуття"
- В інтернеті
- За кордоном
- Інше
- Важко відповісти



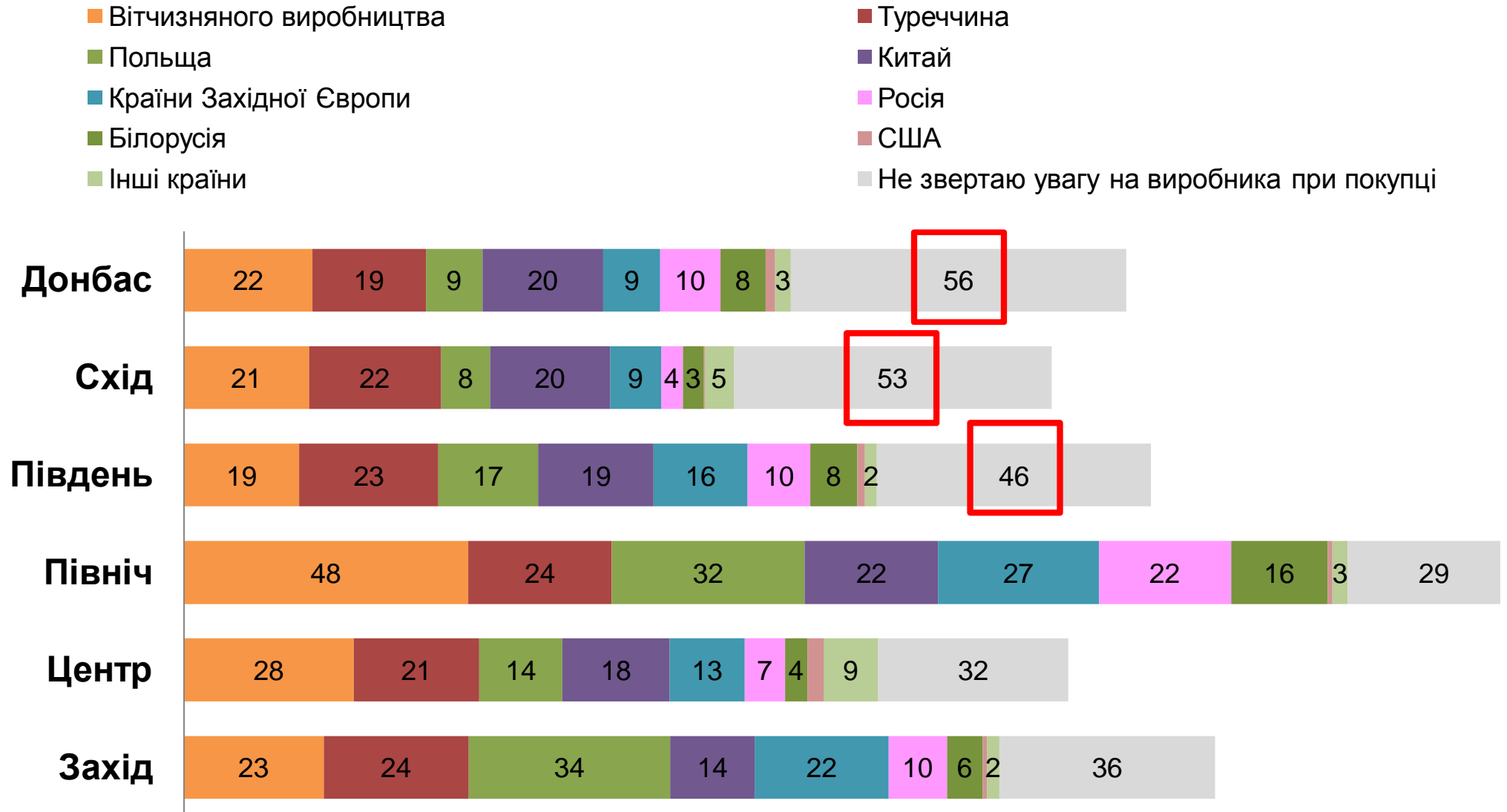
Одяг і взуття з яких країн купують

Одяг та взуття виробництва яких країн Ви зазвичай купуєте для себе або членів
Вашої родини? *ДОВІЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ВІДПОВІДЕЙ*



Одяг і взуття з яких країн купують: відповіді у регіональному розрізі

Одяг та взуття виробництва яких країн Ви зазвичай купуєте для себе або членів Вашої родини?
ДОВІЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ВІДПОВІДЕЙ



Одяг і взуття вітчизняного виробництва: за і проти

Чому купують? Серед тих, хто купує одяг вітчизняного виробництва



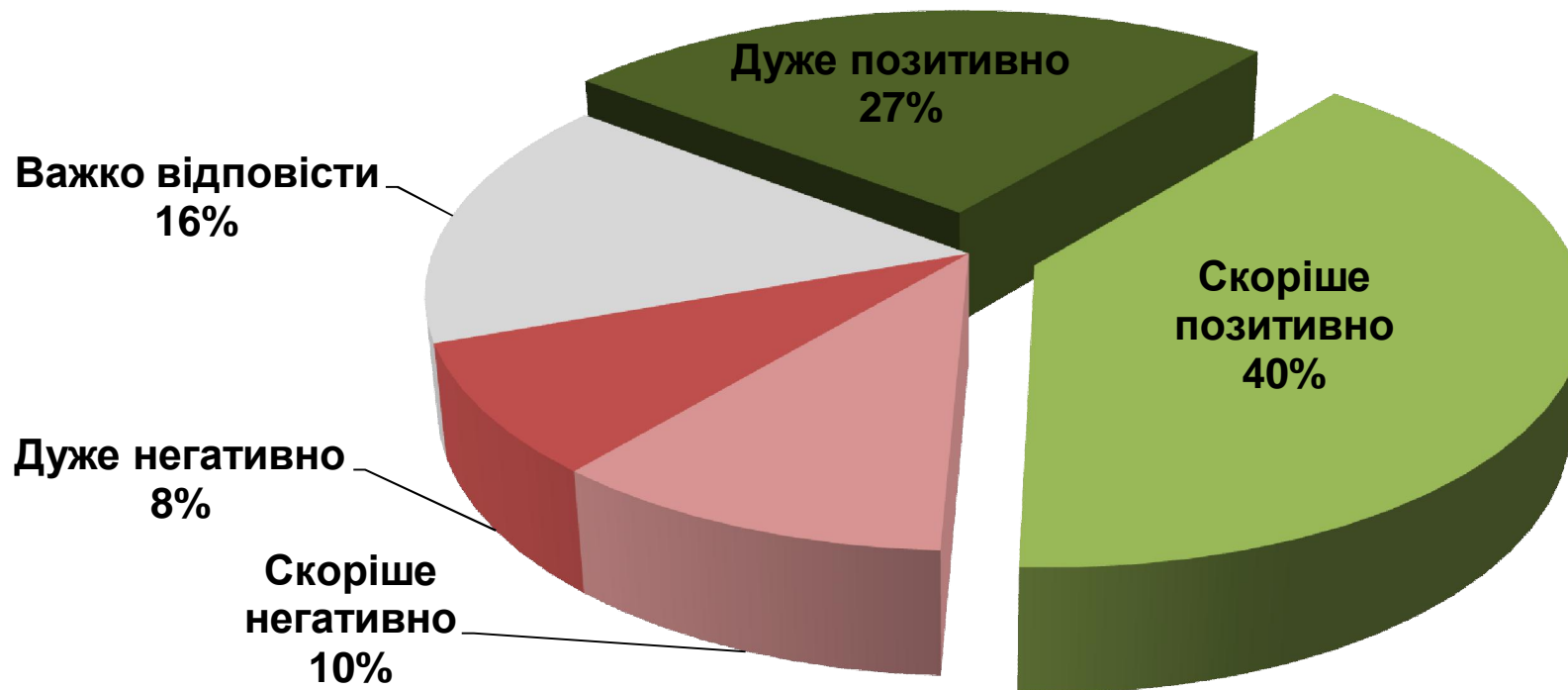
Чому не купують? Серед тих, хто купує одяг іншого виробництва



“Секонд хенд” в Україні

■ Ставлення до існування “секонд хенду”

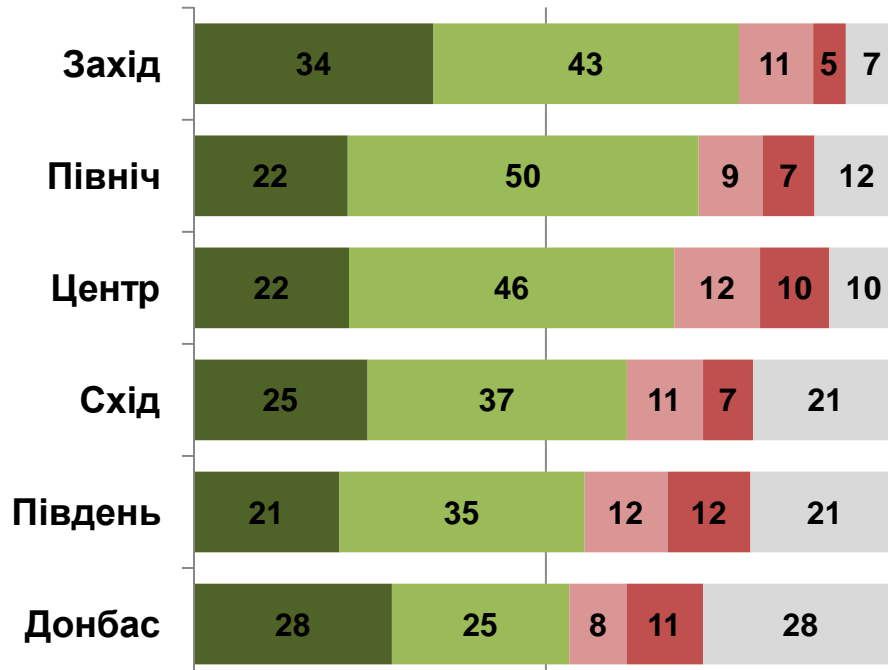
Як Ви ставитесь до того, що в Україні є можливість придбати вживаний одяг чи взуття з Європи або так званий «секонд хенд»?



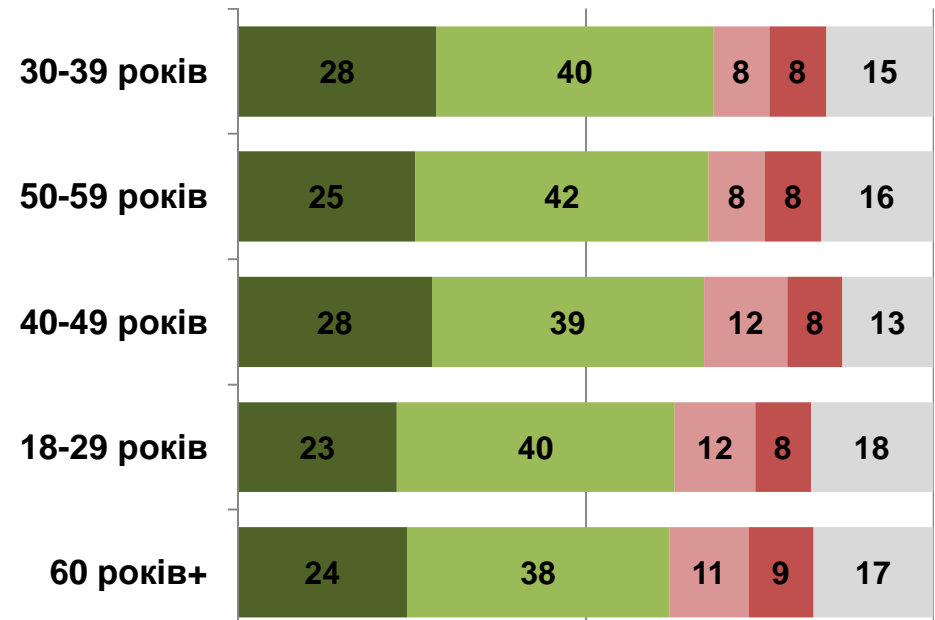
Ставлення до існування “секонд хенду”

■ Дуже позитивно
 ■ Скоріше позитивно
 ■ Скоріше негативно
 ■ Дуже негативно
 ■ Важко відповісти

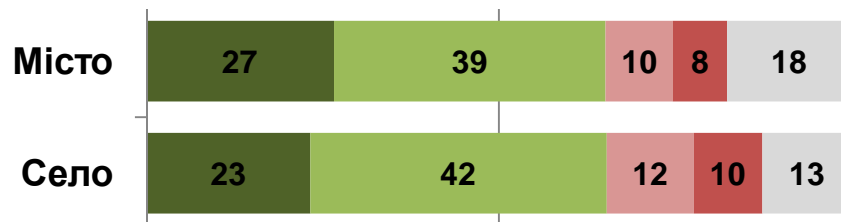
Регіони



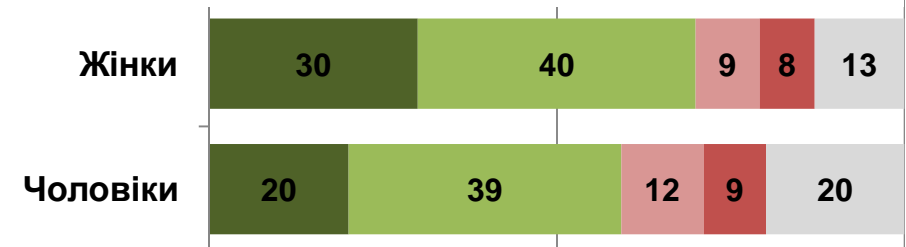
Вік



Тип поселення

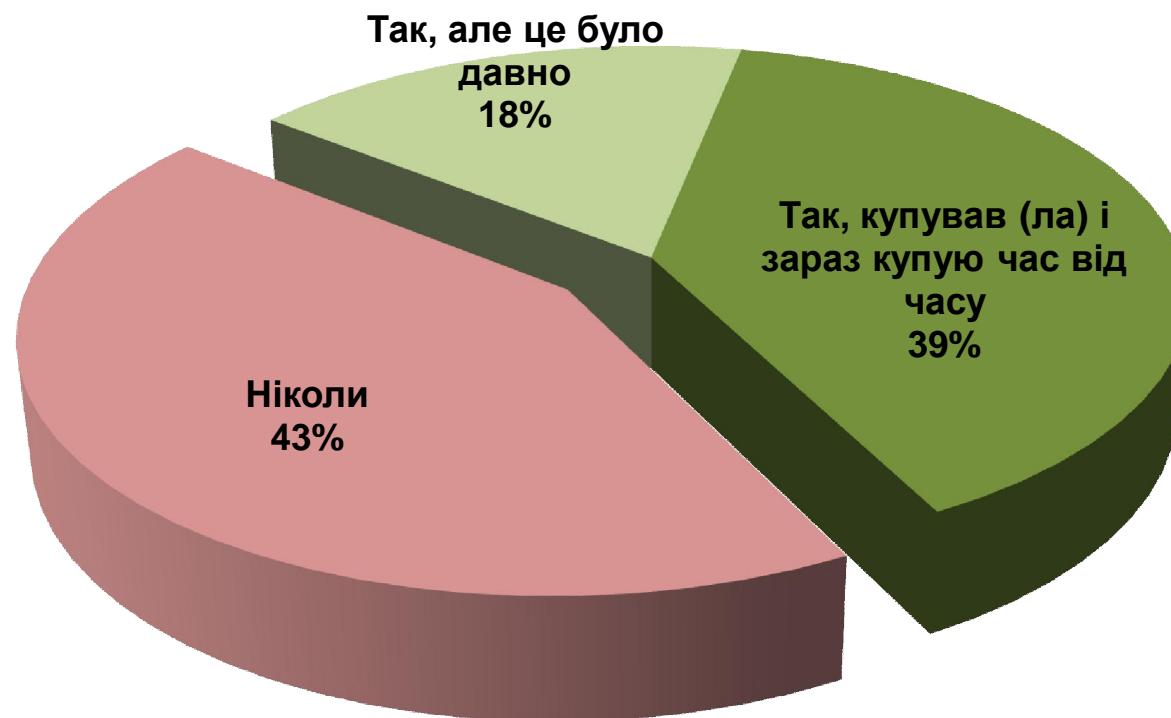


Стать



■ Користувачі “секонд хенду”

Чи купували Ви коли-небудь товари «секонд хенду»?





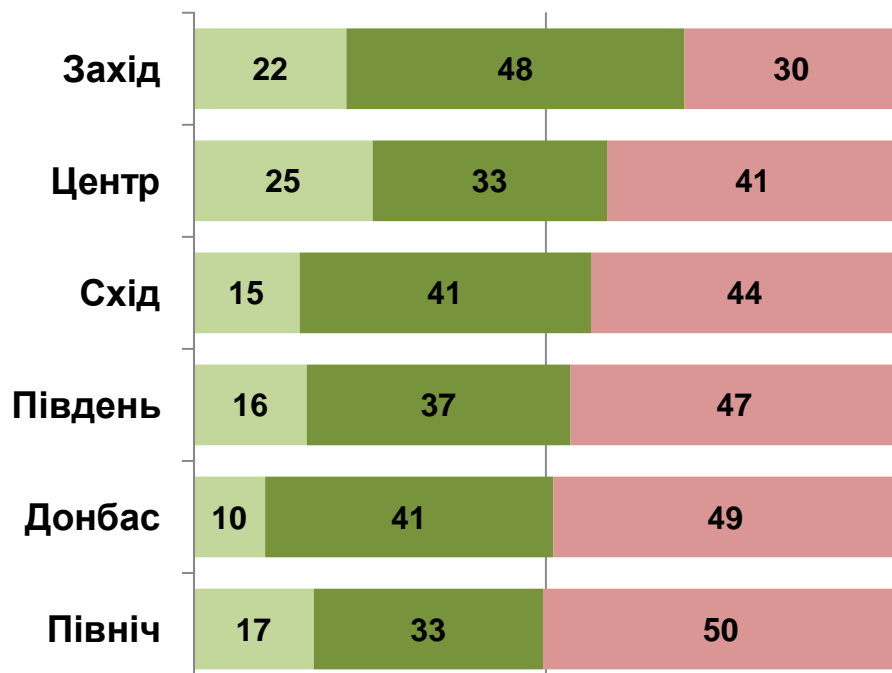
Користувачі “секонд хенду”

■ Так, але це було давно

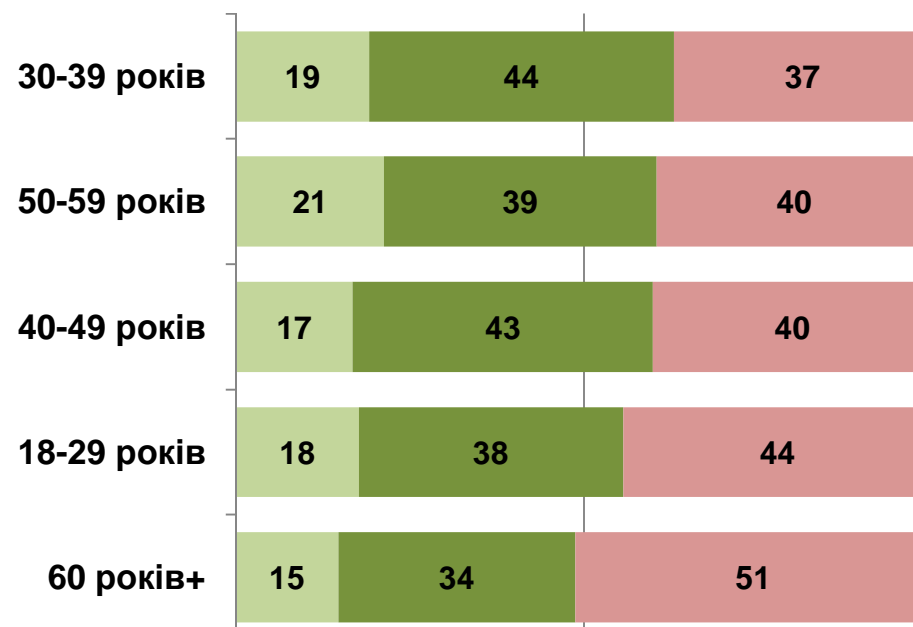
■ Так, купував (ла) і зараз купую час від часу

■ Ніколи

Регіони



Вік



Тип поселення



Стать



Користувачі “секонд хенду”

■ Так, але це було давно

■ Так, купував (ла) і зараз купую час від часу

■ Ніколи

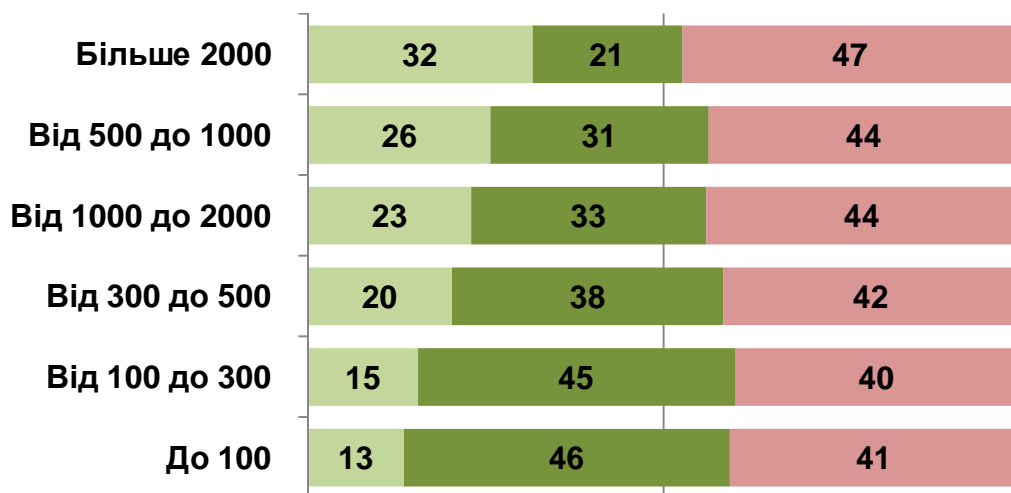
Місячний рівень доходів на сім'ю, грн.



Зайнятість



Місячний рівень витрат на одяг/взуття, грн.



Користувачі “секонд хенду”

■ Так, але це було давно

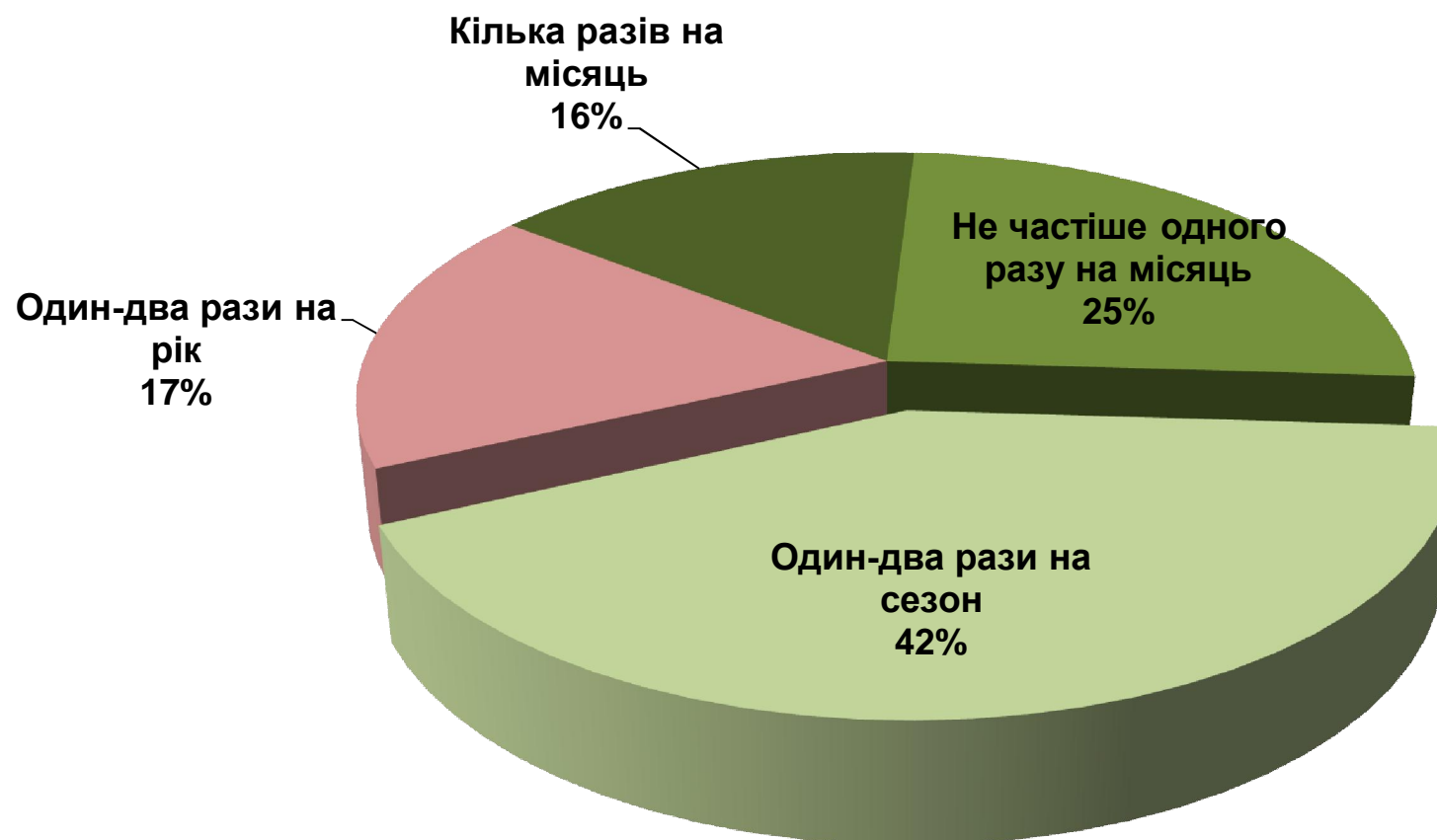
■ Так, купував (ла) і зараз купую час від часу

■ Ніколи



■ Частота купівлі “секонд хенду”

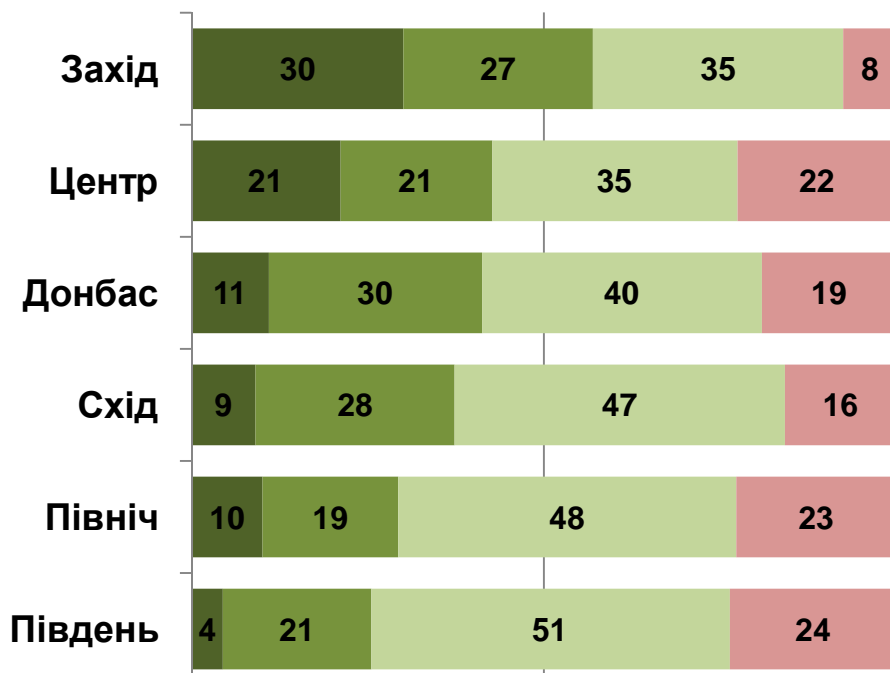
Як часто Ви купуєте товари «секонд хенду» протягом року?



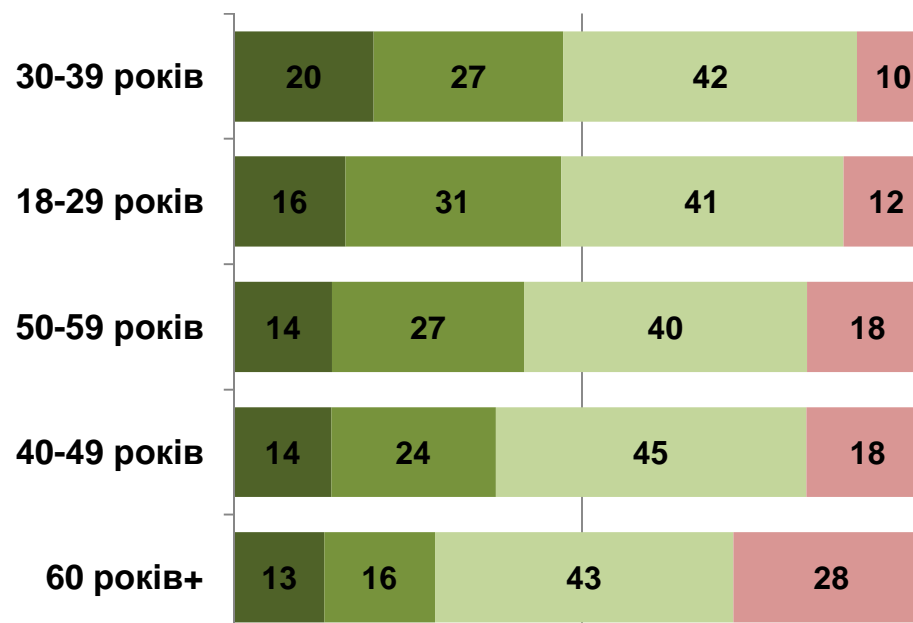
Користувачі “секонд хенду”

■ Кілька разів на місяць
 ■ Не частіше одного разу на місяць
 ■ Один-два рази на сезон
 ■ Один-два рази на рік

Регіони



Вік



Тип поселення



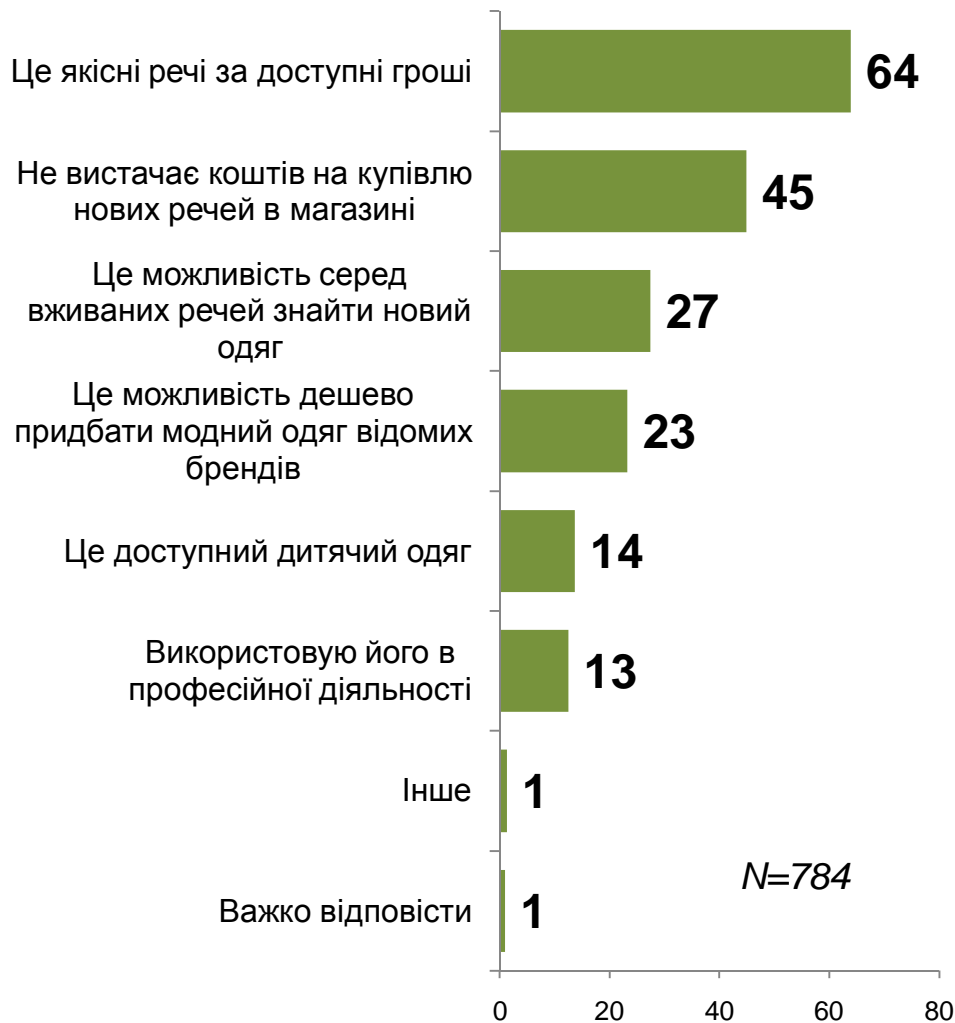
Стать



Мотиви купівлі товарів “секонд хенду”

Мотиви тих, хто купував товари “секонд хенду”

Чому купують зараз?



Чому купували колись?

НЕ БІЛЬШЕ 3-х ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДЕЙ



Мотиви тих, хто ніколи не купував товари "секонд хенду"

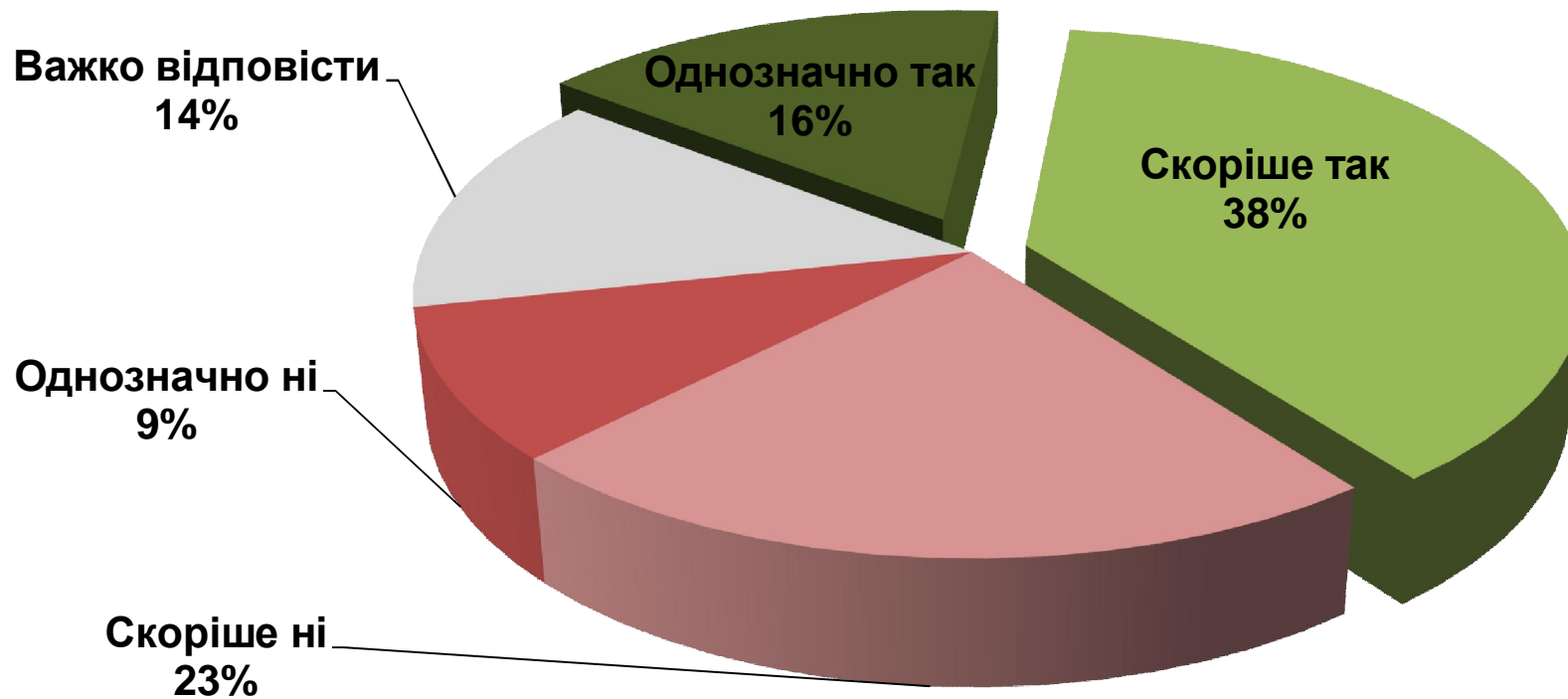
Чому ніколи не купували?

НЕ БІЛЬШЕ 3-х ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДЕЙ



■ Відданість* “секонд хенду”

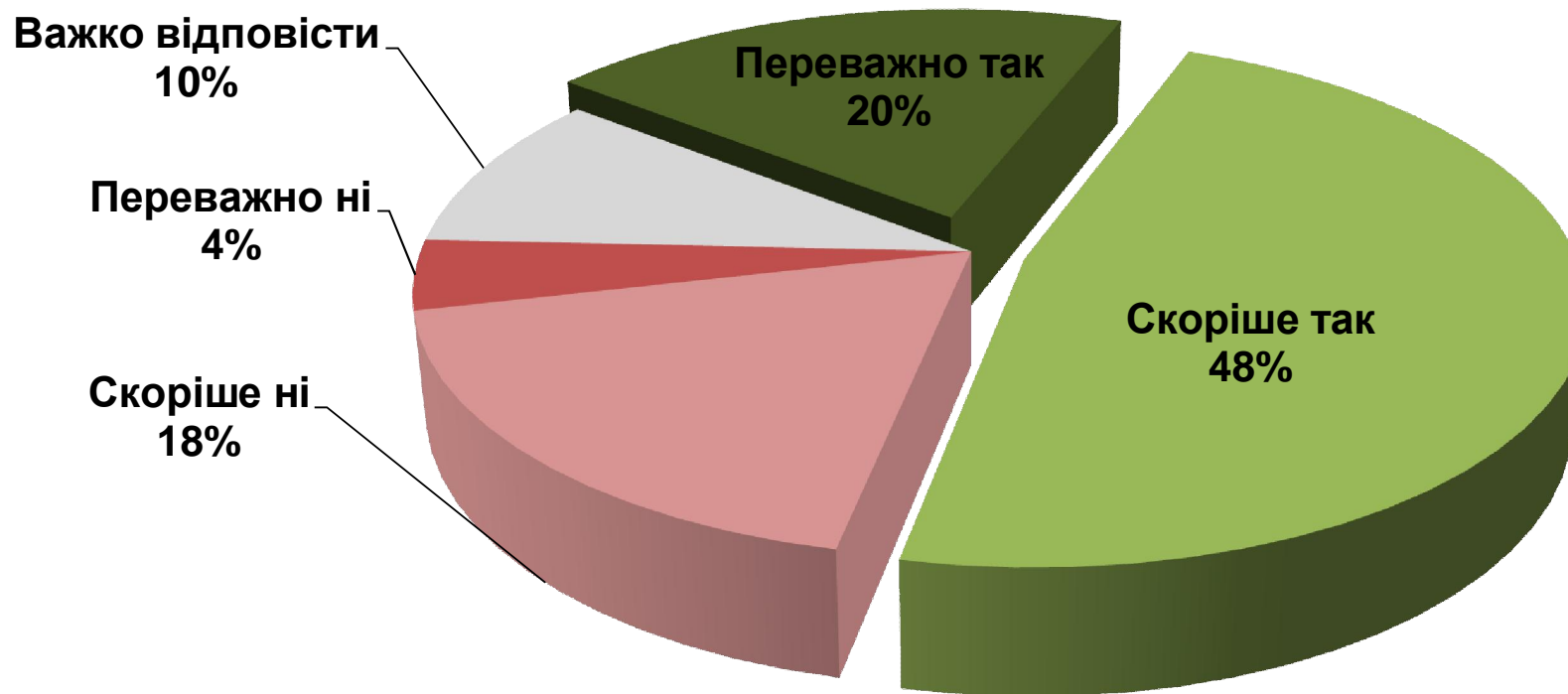
Якби у Вас було достатньо коштів для купівлі нового одягу чи продовжували б Ви купувати товари «секонд хенду»?



* Тільки користувачі
“секонд хенду” N=784

■ Задоволеність* умовами в яких продається “секонд хенд”

Чи задоволені Ви умовами, в яких продаються товари «секонд хенду»?

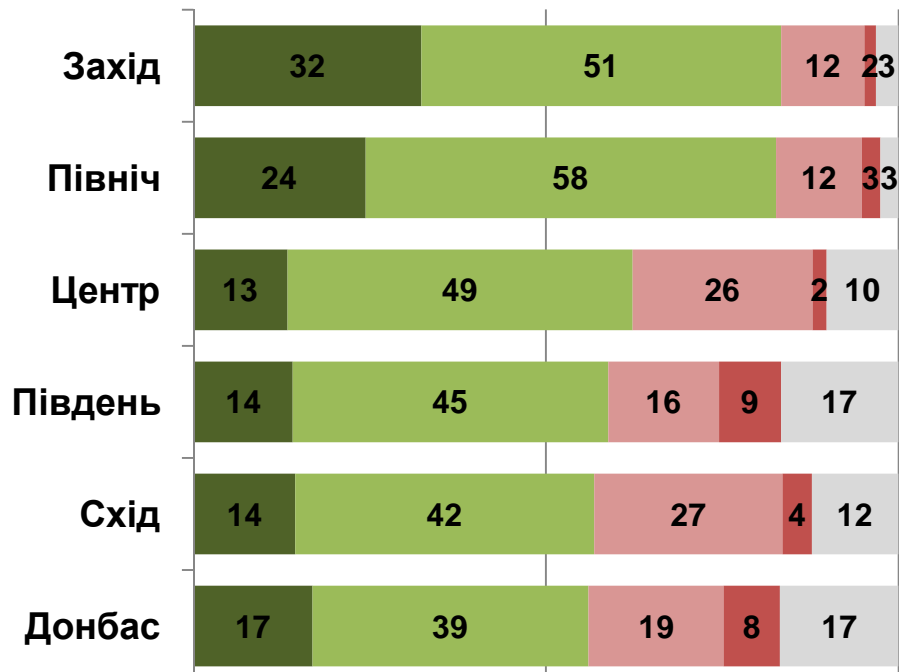


* Тільки користувачі
“секонд хенду” N=784

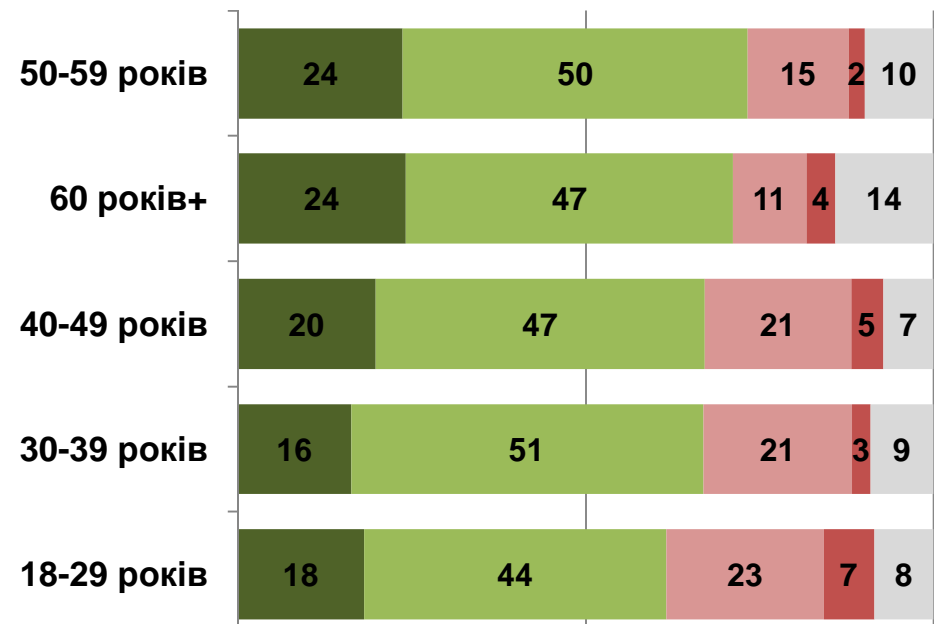
Задоволеність умовами в яких продається "секонд хенд"

■ Переважно так
 ■ Скоріше так
 ■ Скоріше ні
 ■ Переважно ні
 ■ Важко відповісти

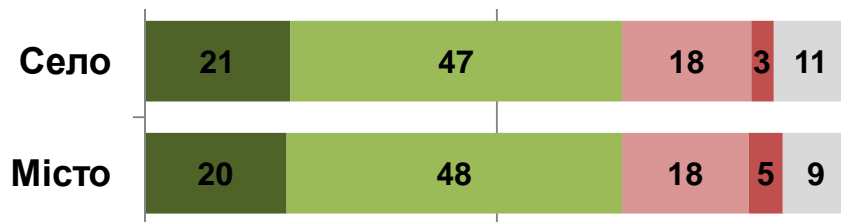
Регіони



Вік



Тип поселення



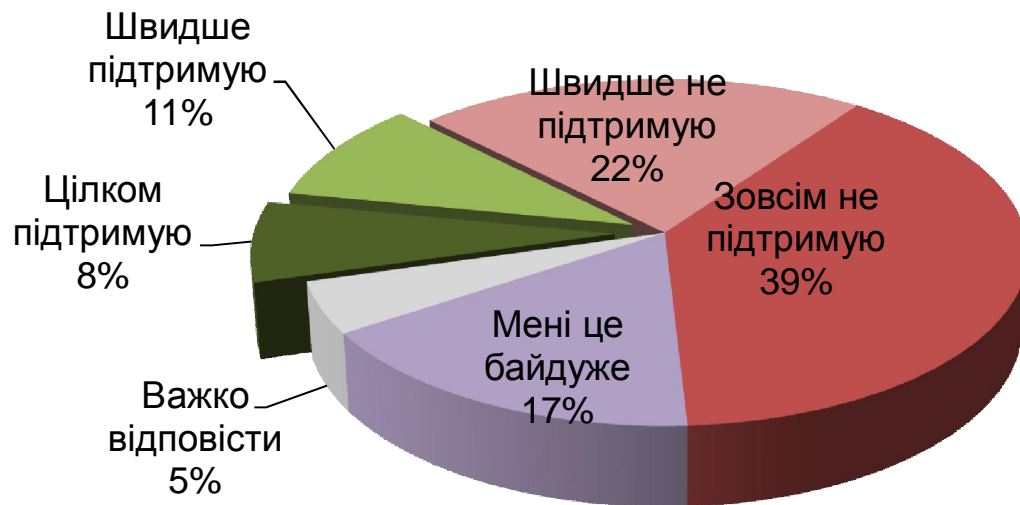
Стать



Заборона “секонд хенду”

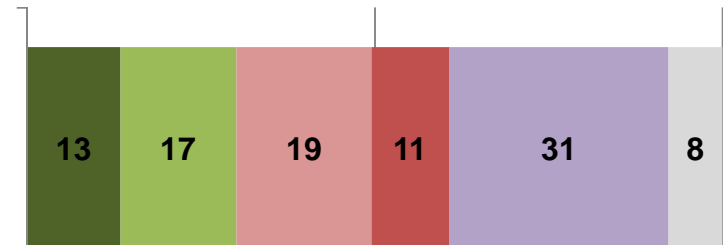
Ставлення до заборони "секонд хенду"

Як Ви ставитесь до ідеї заборонити ввезення в Україну товарів «секонд хенду»?

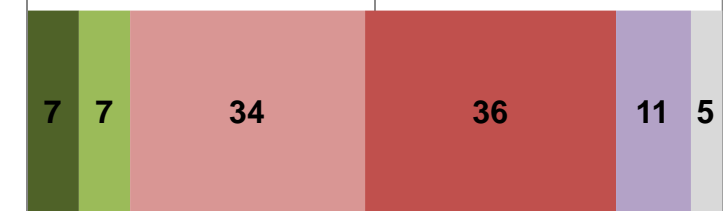


Користувачі "секонд хенду"

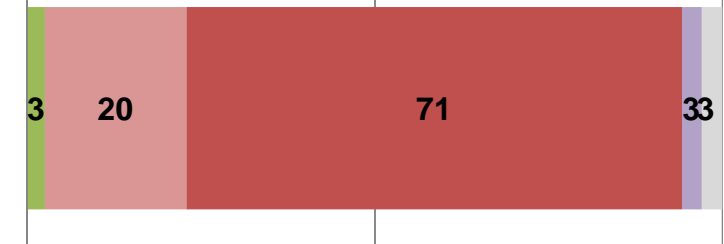
Ніколи не купували "секонд"



Купували "секонд" раніше



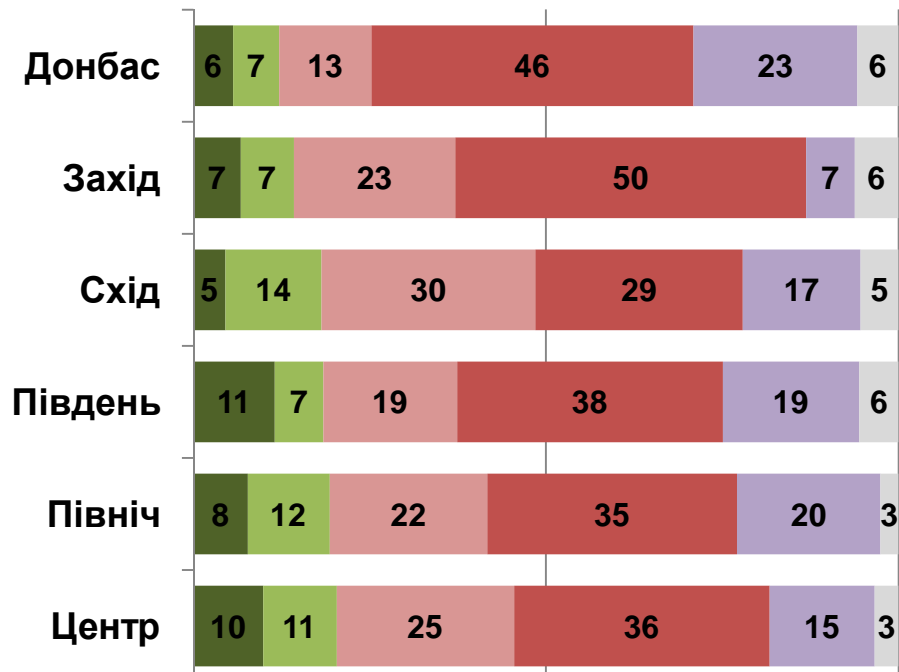
Користувачі "секонду" зараз



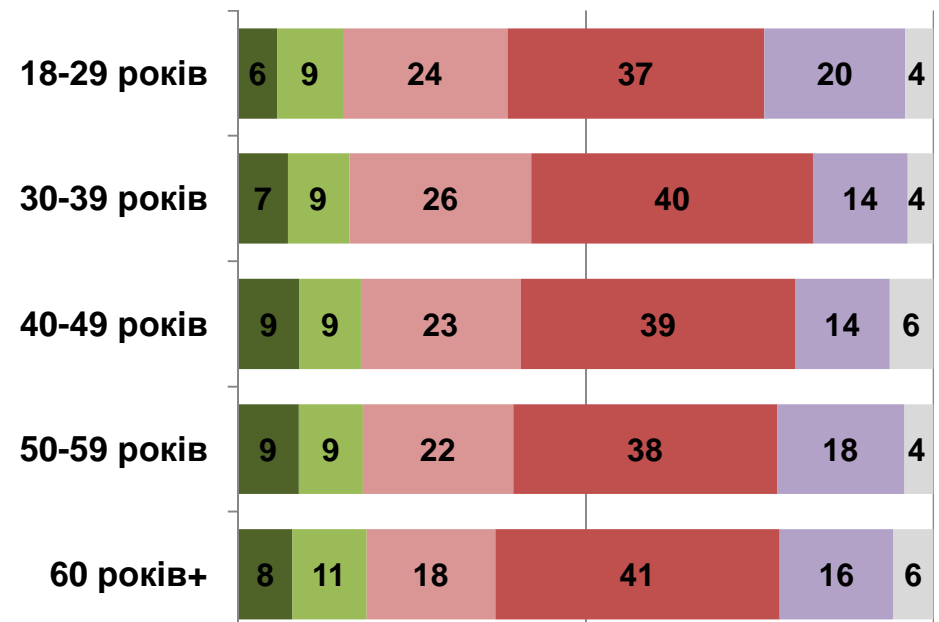
Ставлення до заборони "секонд хенду"

Цілков підтримую Швидше підтримую Швидше не підтримую Зовсім не підтримую Мені це байдуже Важко відповісти

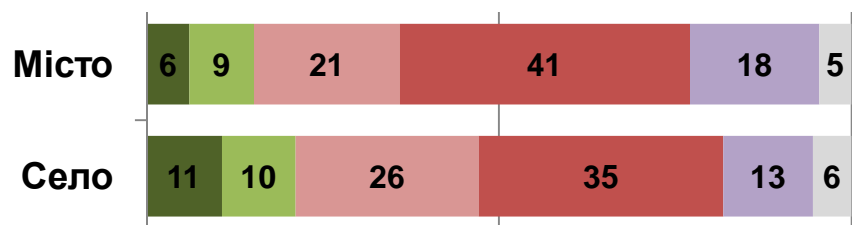
Регіони



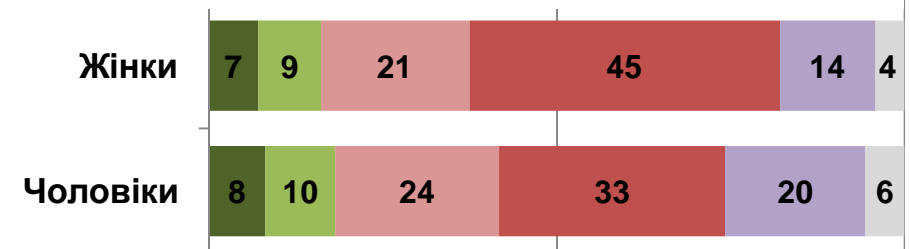
Вік



Тип поселення



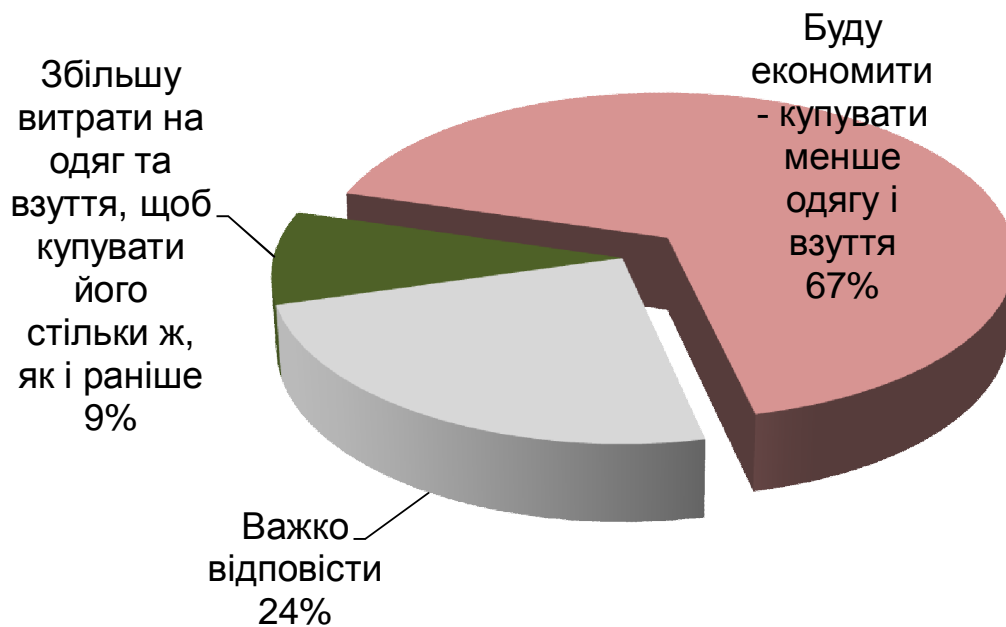
Стать



Наслідки рішення щодо заборони “секонд хенду”

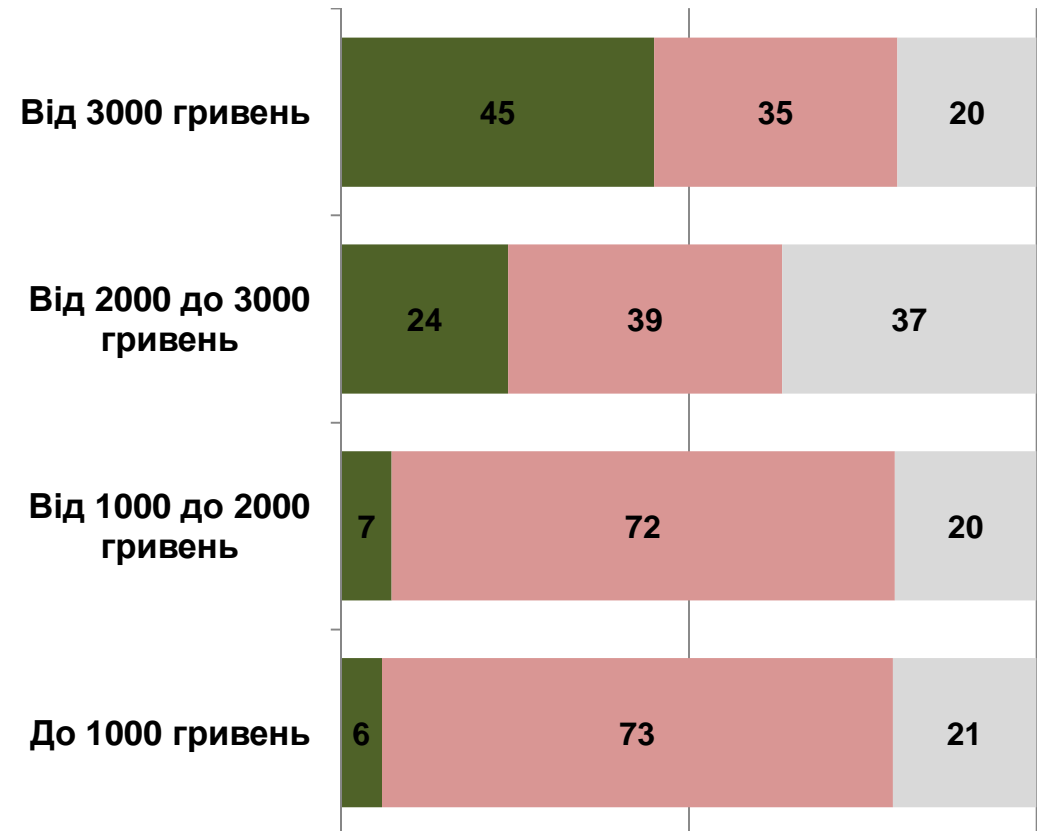
Реакція* на можливу заборону “секонд хенду”

Як Ви будете витратити кошти, передбачені в сімейному бюджеті на одяг та взуття, якщо торгівля «секонд хендом» припиниться в Україні?



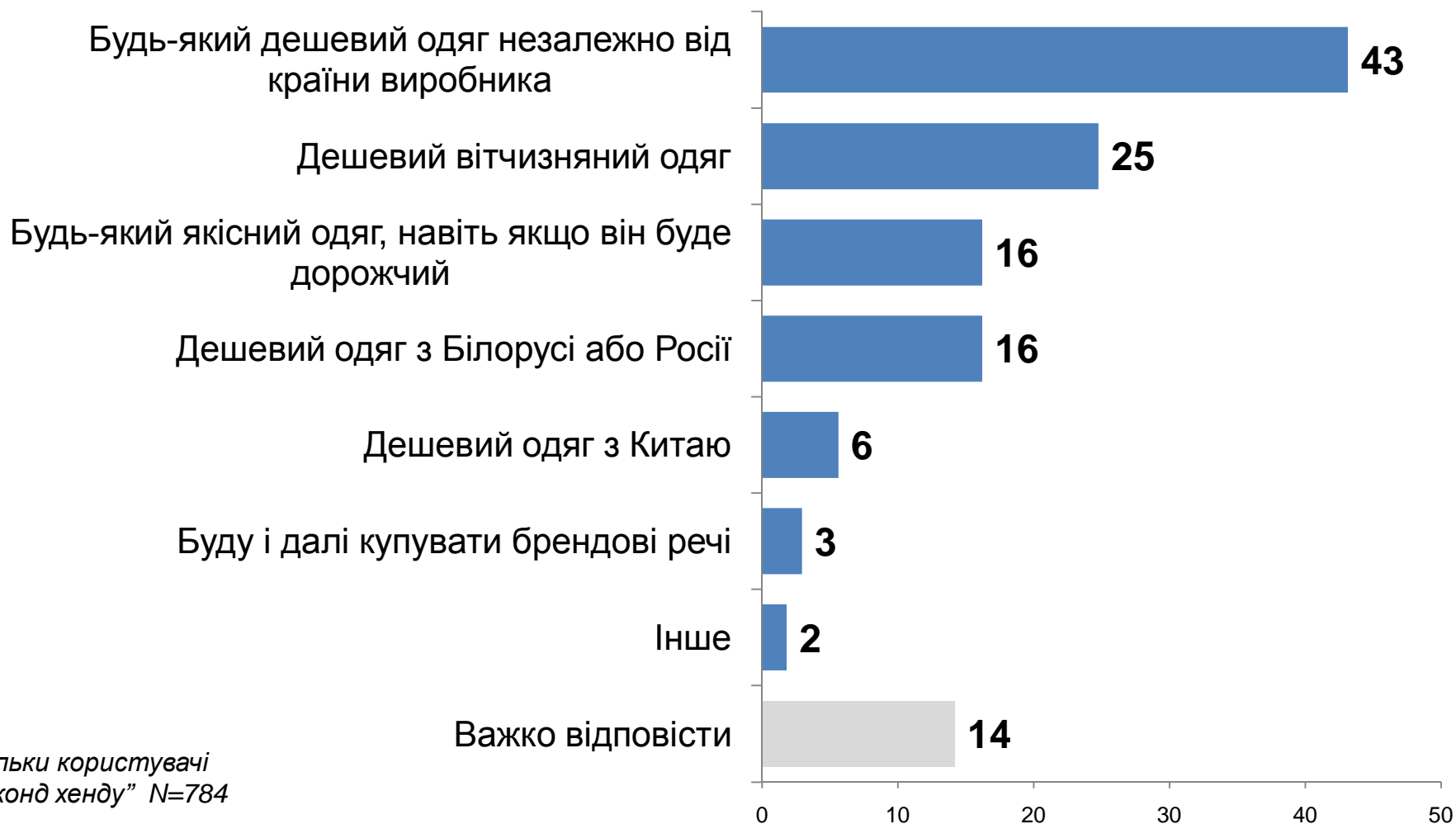
* Тільки користувачі «секонд хенду» N=784

Місячний рівень доходів на сім'ю, грн.



■ Альтернатива* “секонд хенду”

Який одяг для Вас буде реальною альтернативою «секонд хенду» у разі припинення його продажу в Україні? НЕ БІЛЬШЕ 3-х ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДЕЙ



* Тільки користувачі
“секонд хенду” N=784

■ Хто виграє, а хто програє від заборони “секонд хенду”

■ Однозначно так
 ■ Скоріше так
 ■ Скоріше ні
 ■ Однозначно ні
 ■ Важко відповісти



■ Хто виграє від заборони «секонд хенду» більше

Хто, на Вашу думку, більше виграє від заборони ввезення в Україну товарів «секонд хенду»: вітчизняна легка промисловість чи імпортери дешевого одягу і взуття?



Підтримка вітчизняної легкої промисловості

■ Необхідність підтримки вітчизняної легкої промисловості

Чи повинна держава підтримувати розвиток вітчизняного виробництва одягу і взуття?



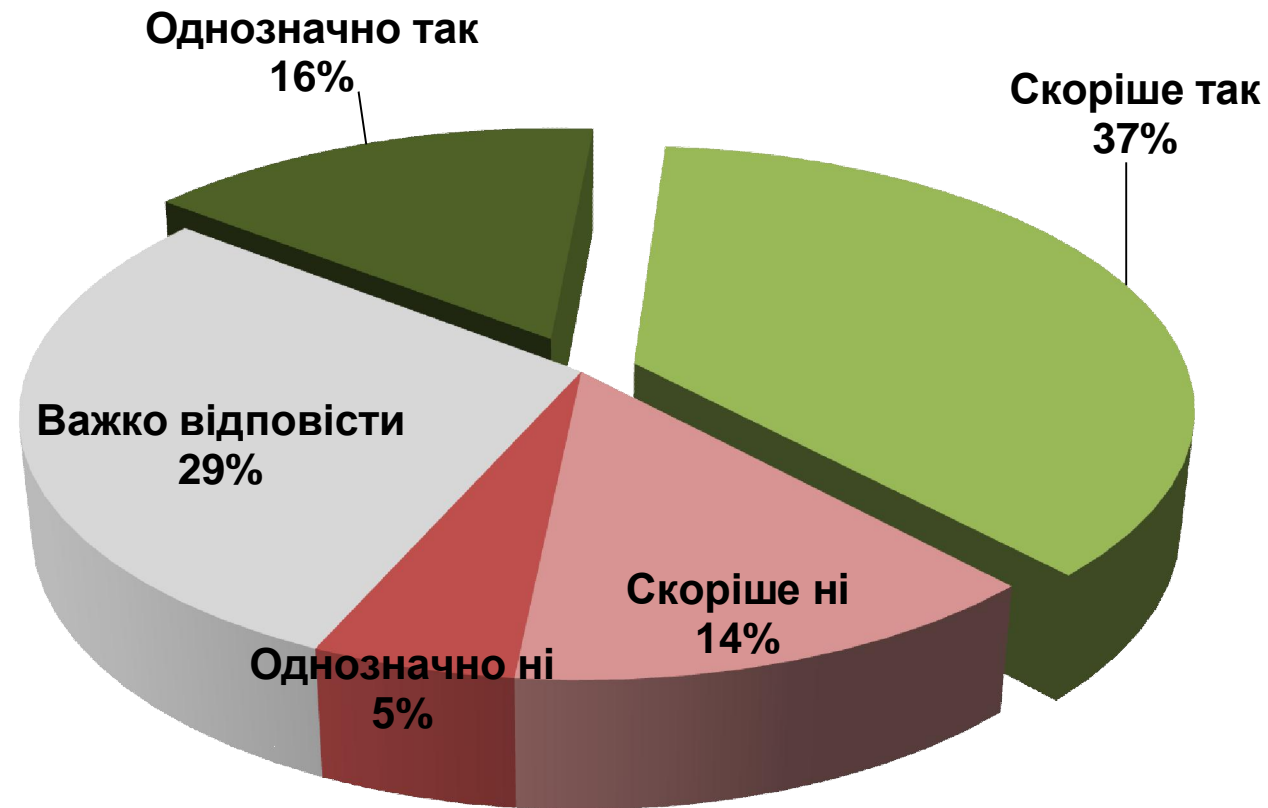
■ Заходи з підтримки вітчизняної легкої промисловості

Які з цих заходів, на Вашу думку, є найбільш ефективними для підтримки вітчизняного виробництва одягу та взуття?



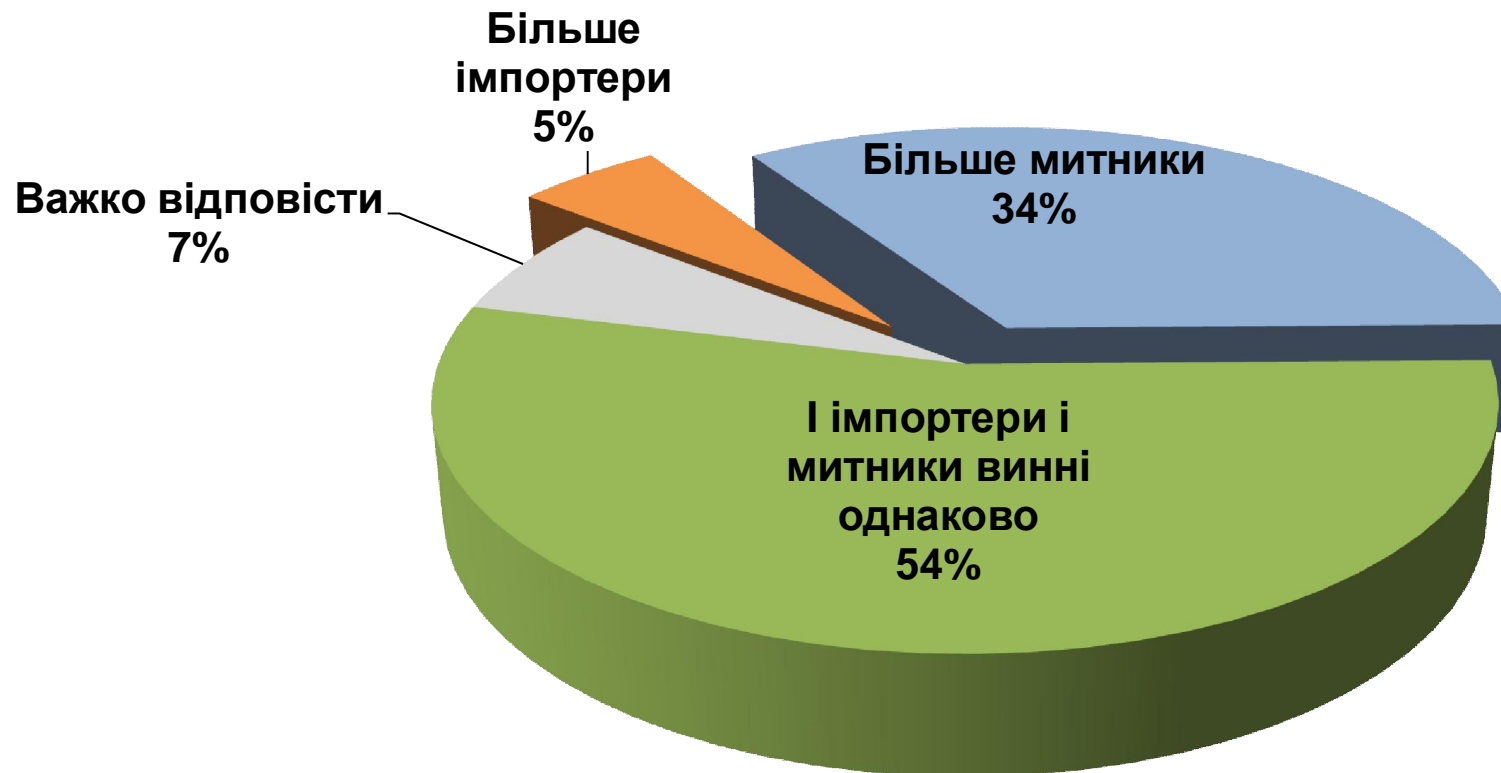
■ Контрабанда під виглядом “секонд хенду”

Чи допускаєте Ви, що під виглядом «секонд хенду» в Україну завозиться новий одяг як контрабанда?



■ Винні у контрабанда під виглядом “секонд хенду”*

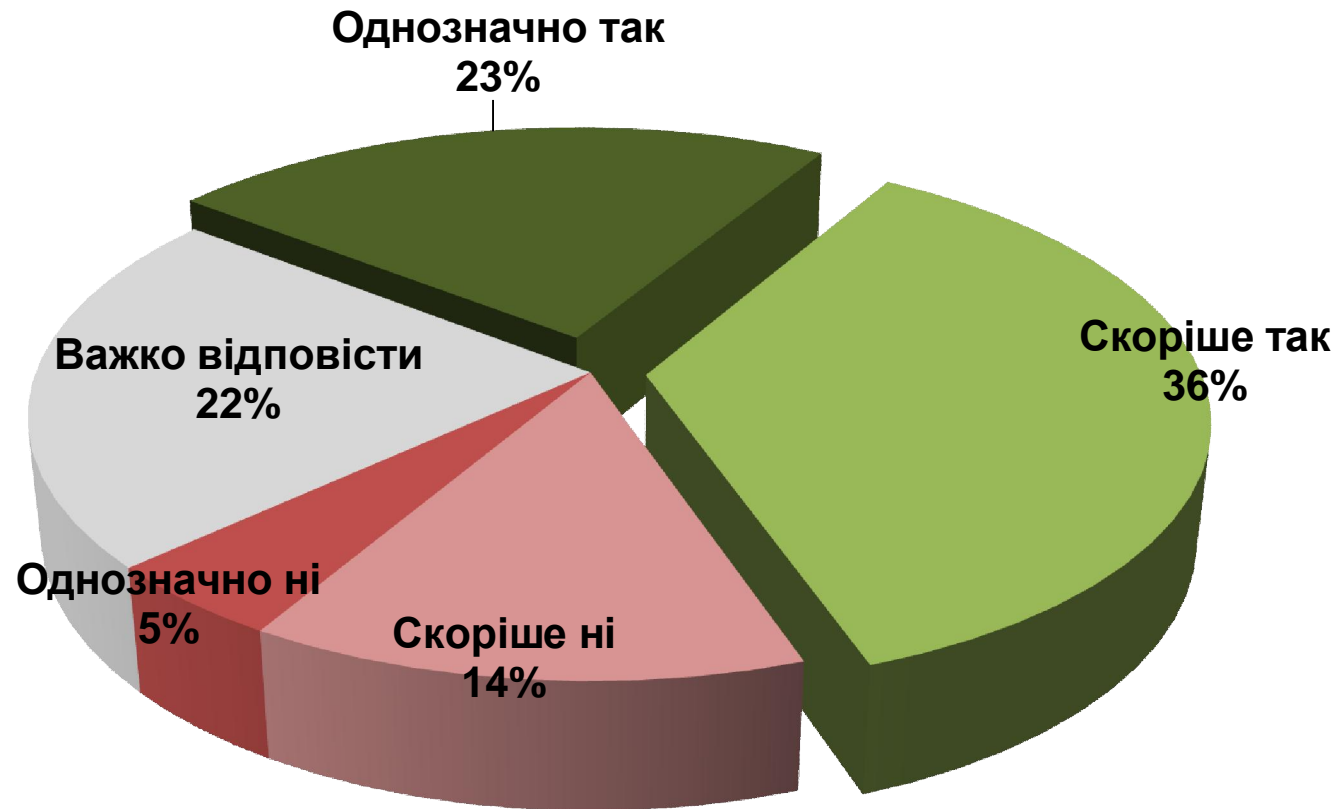
Хто, на Вашу думку, більше винний у тому, що під виглядом «секонд хенду» в Україну завозиться новий одяг як контрабанда: імпортери чи митники?



* Тільки ті респонденти, які допускають факти контрабанди нового одягу під виглядом “секонд хенду” N=1051

Можливість вирішити проблеми контрабанди без заборони «секонду»

Чи здатна держава вирішити питання контрабанди нового одягу не забороняючи ввезення «секонд хенду»?



Соціологічна група «Рейтинг» спеціалізується на проведенні різних соціологічних досліджень із дотриманням усіх міжнародних стандартів, затверджених кодексами ESOMAR та WAPOR.

Зокрема, на постійній основі здійснює загальнонаціональні та регіональні політичні, тематичні, маркетингові та медіа дослідження.

тел.: +380 (44) 353-99-07
тел.: +380 (32) 224-88-60
info@ratinggroup.com.ua
www.ratinggroup.com.ua



Всі права на матеріал належать соціологічній групі «Рейтинг» © 2007-2010