

# Онлайн-покупки для власних потреб на українських та закордонних сайтах

Презентація



# Методологія

## Мета дослідження

- Проаналізувати відмінності в поведінці покупців товарів в Інтернет з їх доставкою з України та з-за кордону

## Методологія проведення

- 818 онлайн-інтерв'ю з Інтернет-покупцями товарів у віці 16 років та старше, включаючи:
  - 799 інтерв'ю з тими, хто замовляв товари в Інтернет з доставкою з України;
  - 502 інтерв'ю з тими, хто замовляв товари в Інтернет з доставкою з-за кордону.

## Репрезентативність вибірки

- За статтю, віком, регіоном, розміром населеного пункту, в яких проживають опитані (згідно даних установчого дослідження GfK Ukraine)

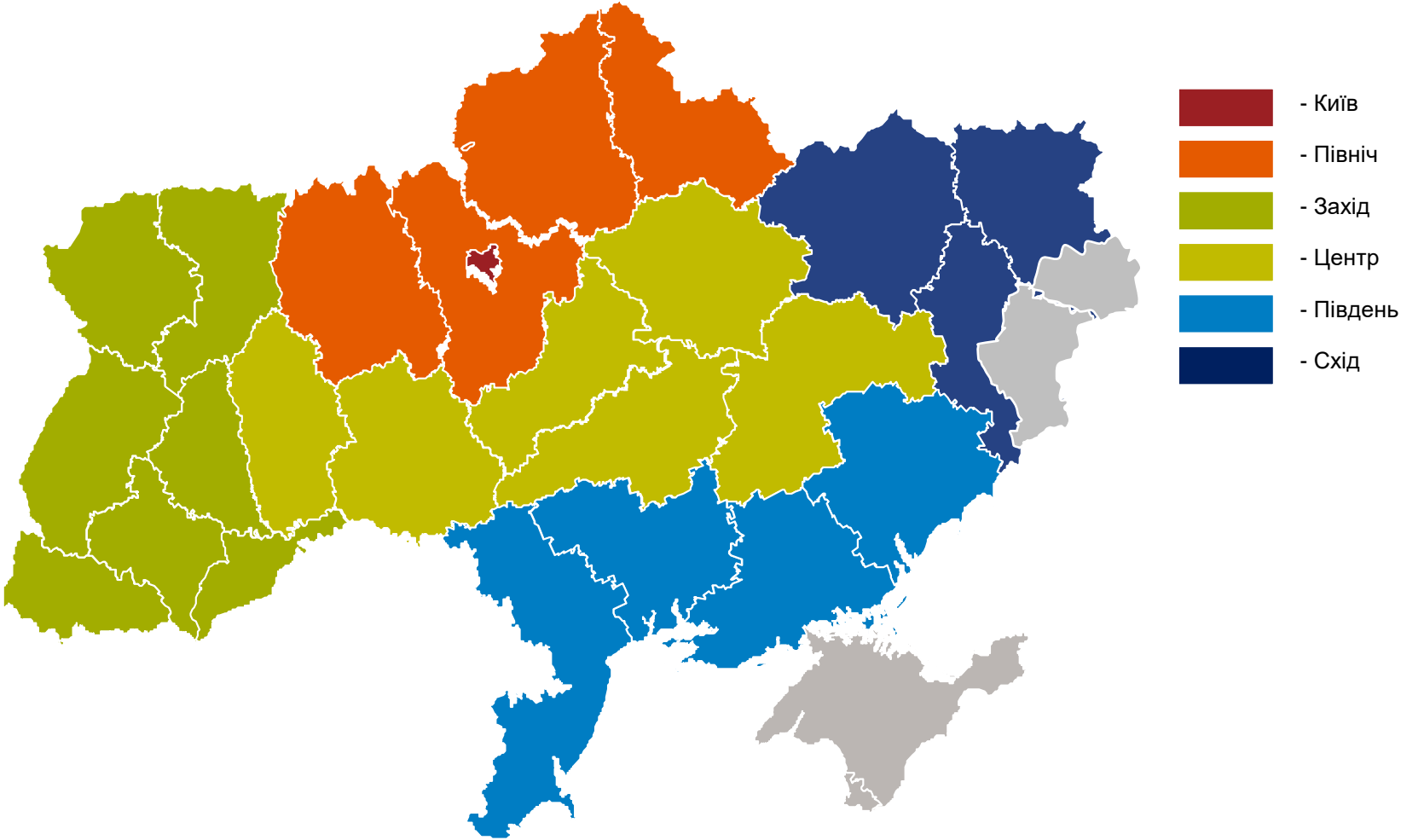
## Період опитування

- 28 серпня 2017 року – 1 вересня 2017 року

## Максимальна похибка вибірки

- Для загальної кількості опитаних по наступним групам з імовірністю 90%:
  - Замовляють в Інтернет з доставкою з України: 3.5 п.п.
  - Замовляють в Інтернет з доставкою з-за кордону: 4.4 п.п.

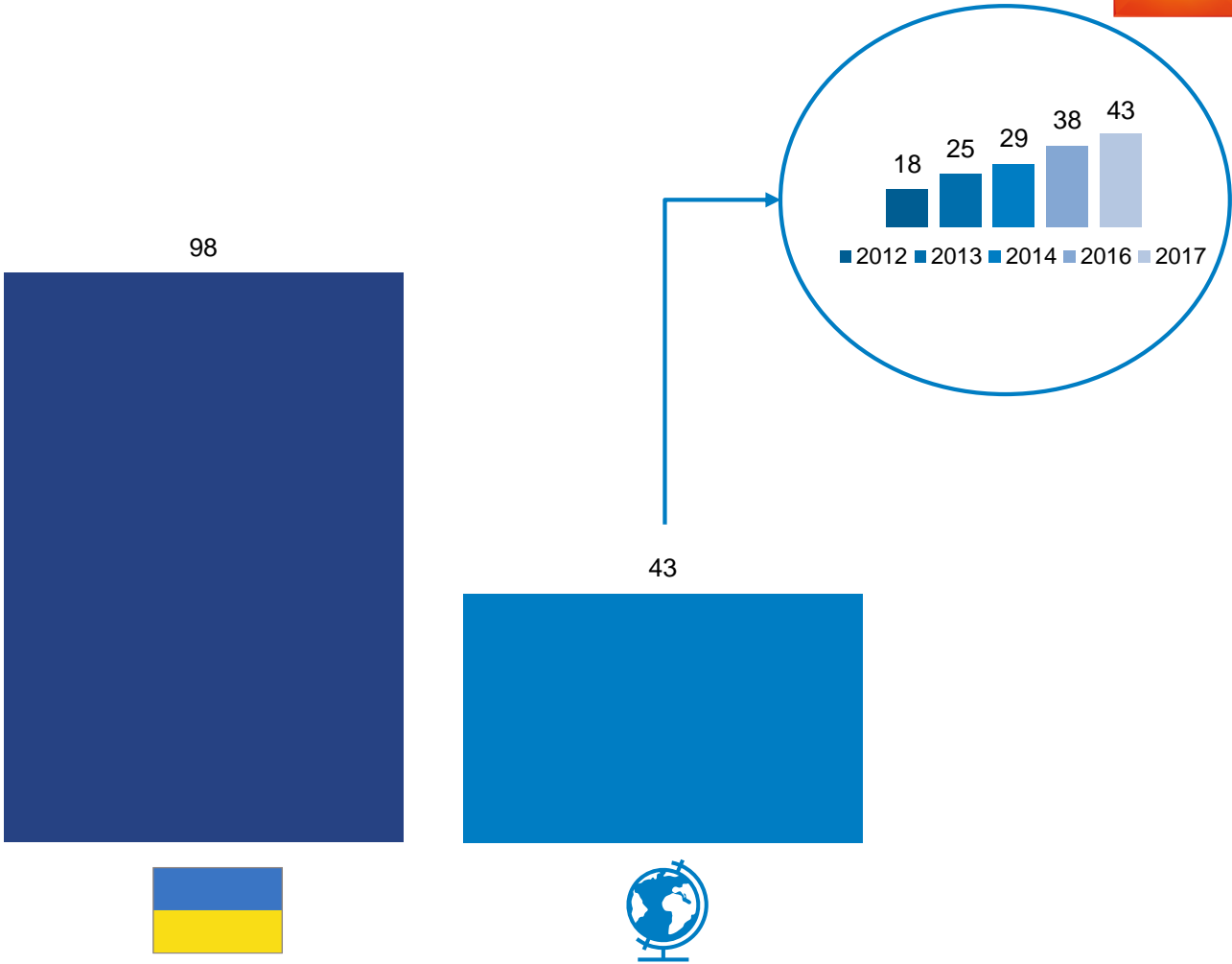
# Регіональна структура вибірки



Крим та населені пункти із «зони АТО» виключені з вибірки дослідження

# Структура вибірки

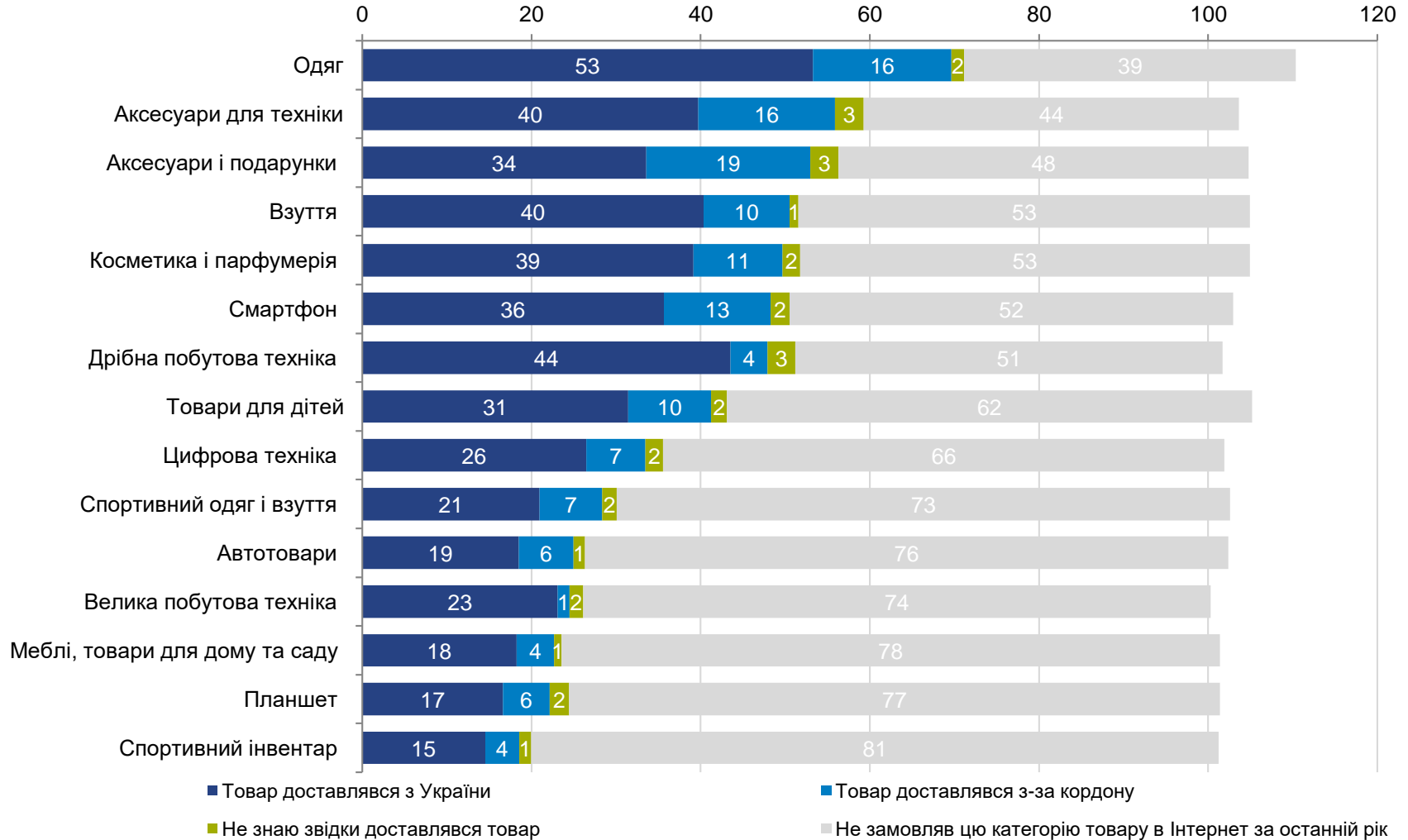
% до всіх опитаних, N=818



- Онлайн покупці, які оформили доставку з України, N=799
- Онлайн покупці, які оформили доставку з-за кордону, N=502

# Які категорії товарів купували онлайн

% до всіх опитаних, N=818

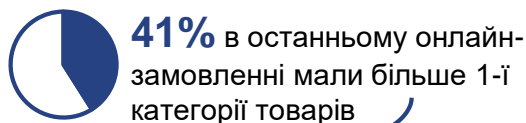


A1. ПОДИВІТЬСЯ НА НИЖЧЕ ПЕРЕРАХОВАНІ КАТЕГОРІЇ ТОВАРІВ І ПОЗНАЧТЕ ПО КОЖНІЙ З НИХ: ЧИ ЗАМОВЛЯЛИ ВИ ЇХ В ІНТЕРНЕТІ ЗА ОСТАННІЙ РІК З ДОСТАВКОЮ З УКРАЇНИ ТА З ДОСТАВКОЮ З-ЗА КОРДОНУ?

# Типові набори категорій товарів, які входили в останню покупку



## Доставка з України



Одяг та взуття



Одяг та косметика/парфумерія



Одяг та дитячі товари



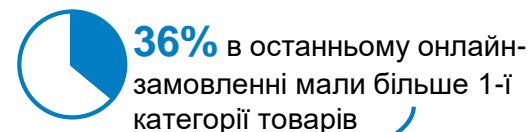
Велика та дрібна побутова техніка



Одяг, взуття та косметика/парфумерія



## Доставка з-за кордону



Одяг та аксесуари/подарунки



Смартфон та аксесуари для техніки



Одяг та взуття



Смартфон та планшет



Смартфон, планшет та інша цифрова техніка



# На яких сайтах здійснювали покупки

% до відповідної групи

Онлайн-покупці – доставка з України  
(N=799)



Онлайн-покупці – доставка з-за кордону  
(N=502)



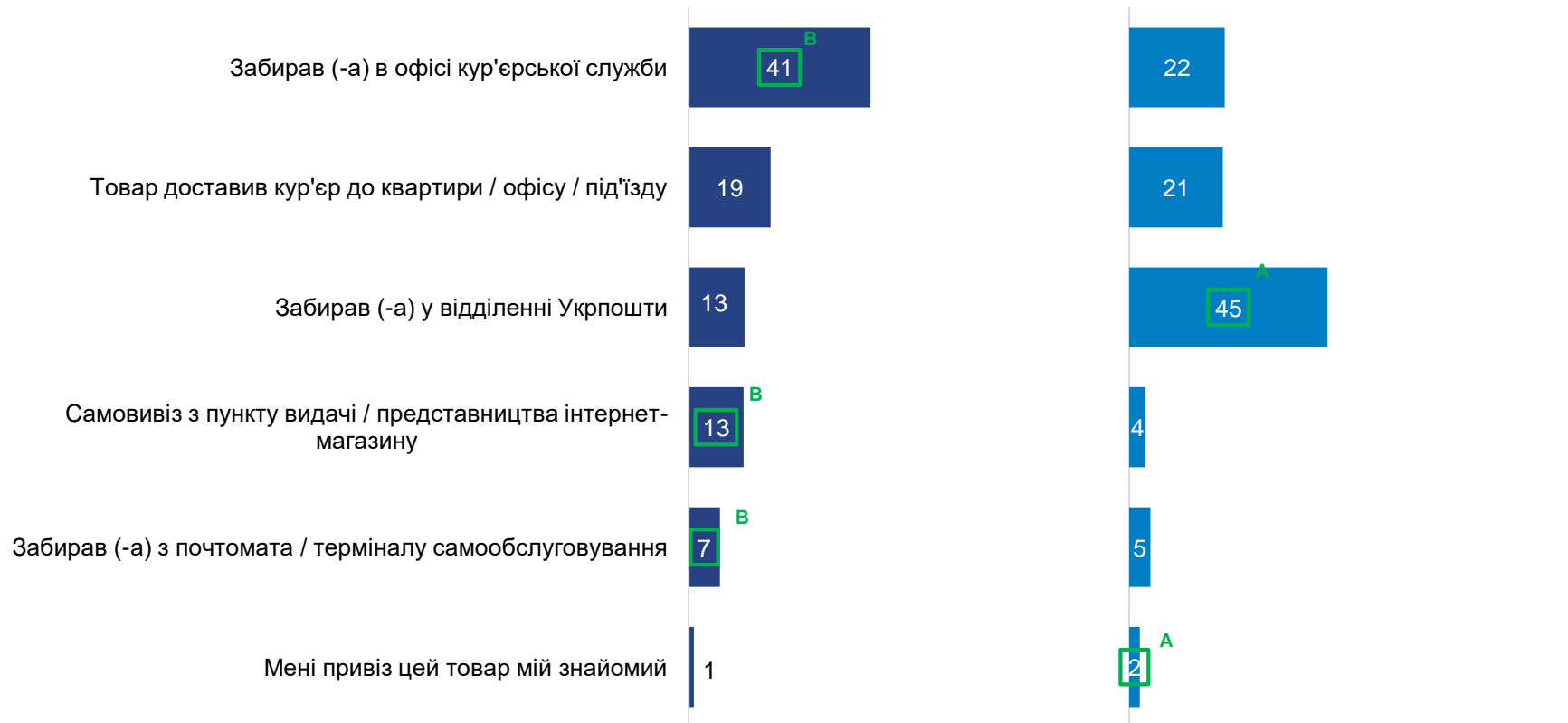
\* На даному слайді показані дані в цілому (без деталізації по конкретним товарним категоріям)  
A2. ЗАПИШІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, САЙТИ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ, НА ЯКИХ ВИ ЗДІЙСНЮВАЛИ ПОКУПКИ ЗА ОСТАННІЙ РІК?

# Спосіб доставки останнього онлайн-замовлення

% до відповідної групи

Онлайн-покупці – доставка з України  
(N=799)  
(A)

Онлайн-покупці – доставка з-за кордону  
(N=502)  
(B)



<sup>A</sup> Рамками позначені статистично значимі відмінності в даних між різними групами опитаних (рівень значимості 90%). Літера в правому верхньому куті вказує на те, по відношенню до якої групи значення вище

A15. ЯК ВИ ОТРИМАЛИ ТОВАР ПРИ ОСТАННЬОМУ ОНЛАЙН-ЗАМОВЛЕННІ?



# Спосіб оплати останнього онлайн-замовлення

% до відповідної групи



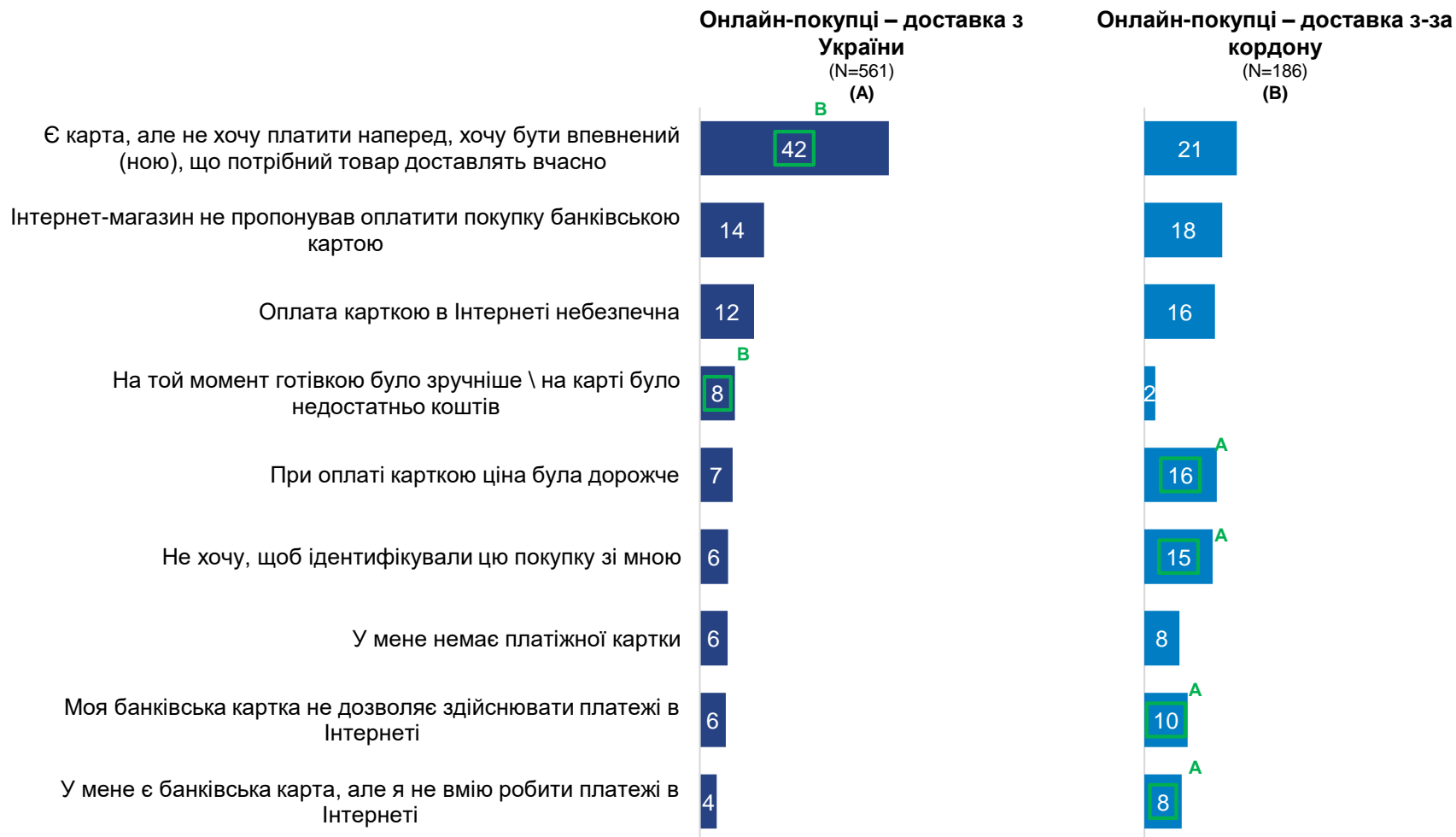
**A** Рамками позначені статистично значимі відмінності в даних між різними групами опитаних (рівень значимості 90%). Літера в правому верхньому куті вказує на те, по відношенню до якої групи значення вище

A23. ЯКИМ ЧИНОМ ВИ ЗДІЙСНЮВАЛИ ОПЛАТУ ОСТАННЬОЇ ОНЛАЙН-ПОКУПКИ?

# Чому не використовували платіжну картку для оплати останнього онлайн-замовлення



% до опитаних, які не використовували свою платіжну картку для оплати останнього онлайн-замовлення

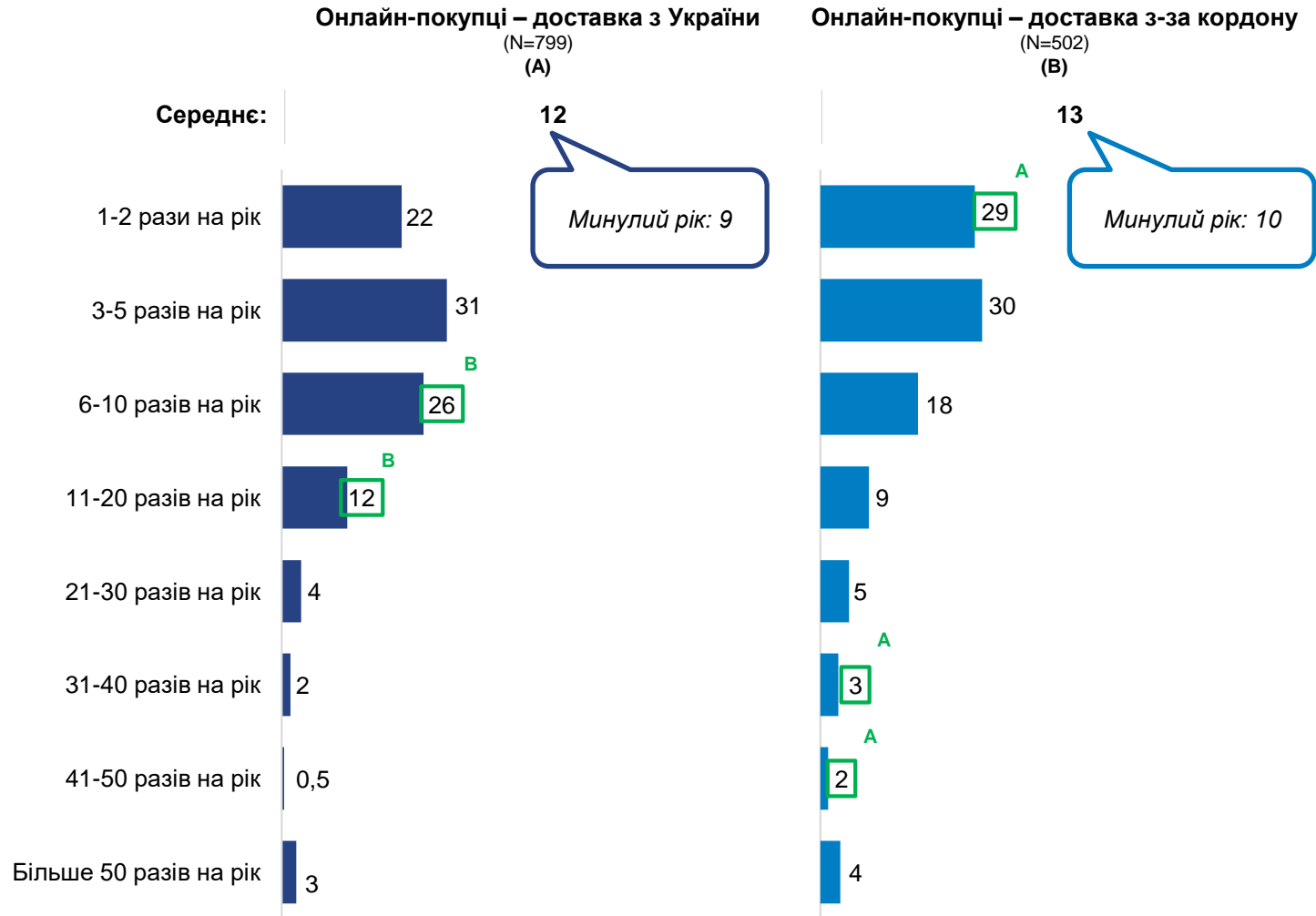


<sup>A</sup> Рамками позначені статистично значимі відмінності в даних між різними групами опитаних (рівень значимості 90%). Літера в правому верхньому куті вказує на те, по відношенню до якої групи значення вище

A24. ЯКЩО A23 ≠ 2-3: ЧОМУ ВИ НЕ СКОРИСТАЛИСЯ БАНКІВСЬКОЮ КАРТОЮ ПРИ ОПЛАТІ ЦЬОГО ОНЛАЙН-ЗАМОВЛЕННЯ?

# Частота здійснення онлайн-покупок в поточному році

% до відповідної групи

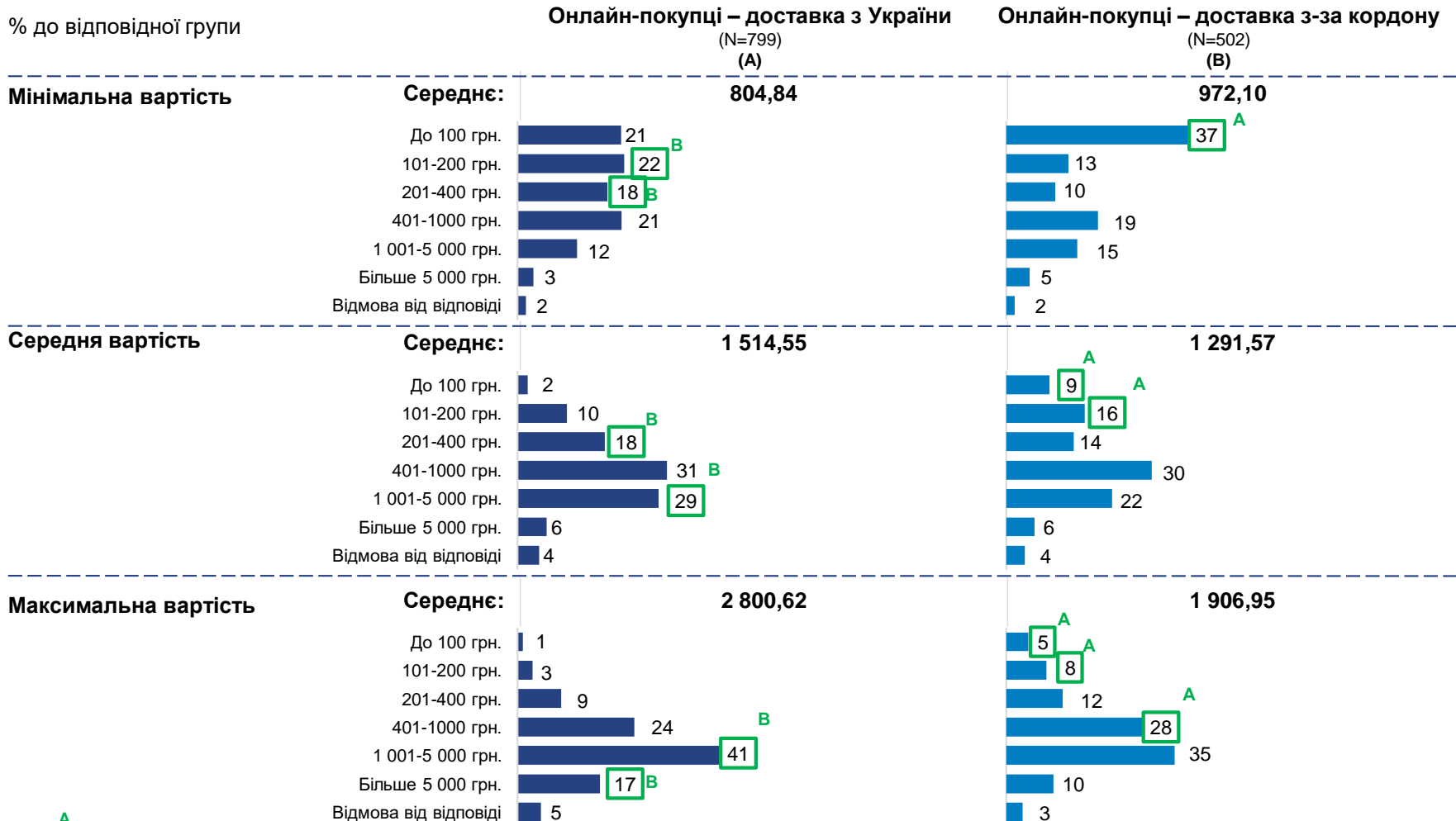


<sup>A</sup> Рамками позначені статистично значимі відмінності в даних між різними групами опитаних (рівень значимості 90%). Літера в правому верхньому куті вказує на те, по відношенню до якої групи значення вище

A28. ЗАПИШІТЬ ЯК ЧАСТО ВИ ЗДІЙСНЮЄТЕ ОНЛАЙН-ПОКУПКИ ТОВАРІВ?

# Вартість одного онлайн-замовлення

% до відповідної групи



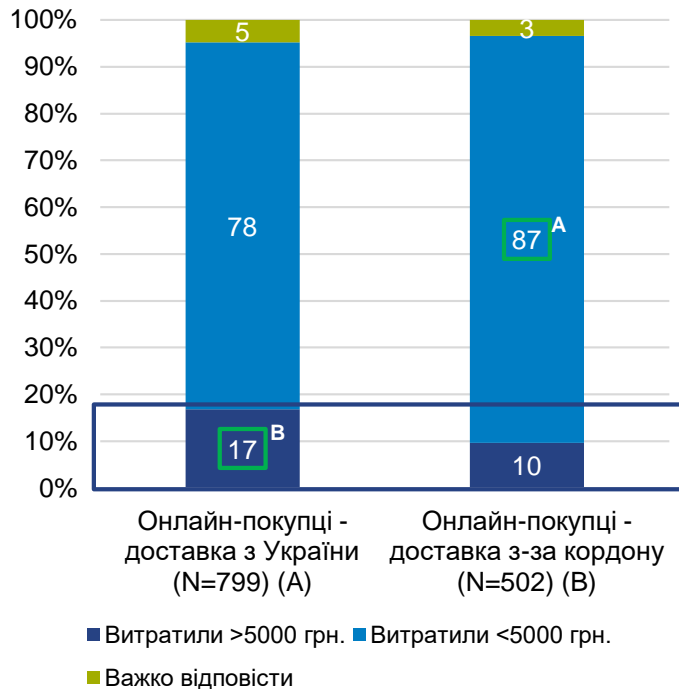
**A** Рамками позначені статистично значимі відмінності в даних між різними групами опитаних (рівень значимості 90%). Літера в правому верхньому куті вказує на те, по відношенню до якої групи значення вище

A29-A31. ЗА 2017 РІК ЯКА БУЛА МІНІМАЛЬНА ВАРТІСТЬ ОДНОГО ВАШОГО ОНЛАЙН-ЗАМОВЛЕННЯ (ВИКЛЮЧАЮЧИ ВАРТІСТЬ ДОСТАВКИ) / СЕРЕДНЯ ТА МАКСИМАЛЬНА? ПІД ВАРТІСТЮ ОДНОГО ОНЛАЙН-ЗАМОВЛЕННЯ МИ МАЄМО НА УВАЗІ ЗАГАЛЬНУ ВАРТІСТЬ ВСІХ ТОВАРІВ, ЗАМОВЛЕНИХ НА ОДНОМУ АБО КІЛЬКОХ САЙТАХ, ЯКІ ДОСТАВЛЯЛИСЬ ВАМ ОДНІЄЮ ПОСИЛКОЮ.

# Частота здійснення відносно дорогих онлайн-покупок за останній рік

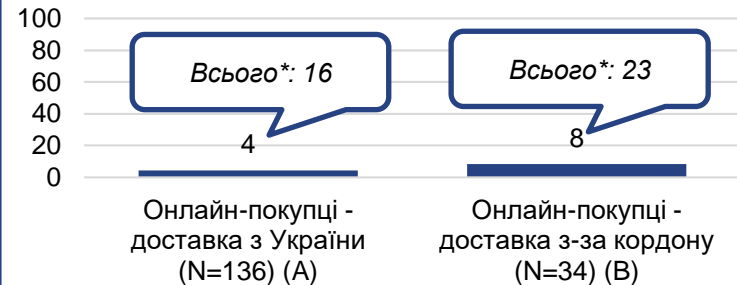
## Максимальні витрати на одне онлайн-замовлення за 2017 рік

(% до відповідної групи)



## Частота за рік онлайн-замовлень вартістю більше 5000 грн.

(в середньому в рік, база: респонденти, для яких максимальна сума онлайн-покупок більше 5000 грн.)



**A** \* Показник «всього» показує середню кількість онлайн-замовлень, яку дана аудиторія загалом здійснює за рік відповідно з доставкою з України чи з-за кордону. Рамками позначені статистично значимі відмінності в даних між різними групами опитаних (рівень значимості 90%). Літера в правому верхньому куті вказує на те, по відношенню до якої групи значення вище.

A33. СКІЛЬКИ ВИ ЗДІЙСНИЛИ ДОРОГИХ ОНЛАЙН-ЗАМОВЛЕНЬ (ВАРТІСТЮ БІЛЬШЕ 5000 ГРН.) БЕЗ ВРАХУВАННЯ ВАРТОСТІ ДОСТАВКИ У 2017 РОЦІ.

# Характеристика онлайн-покупців в залежності від цілей їх покупок (доставка товарів з-за кордону)



% до відповідної групи



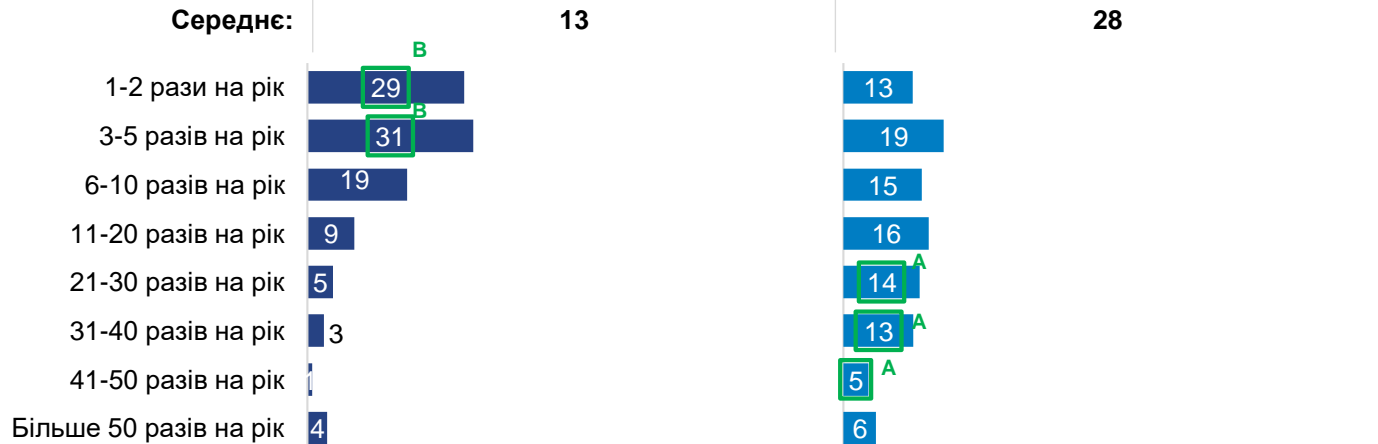
94% купували товари в Інтернет для особистого використання (N=470) (A)



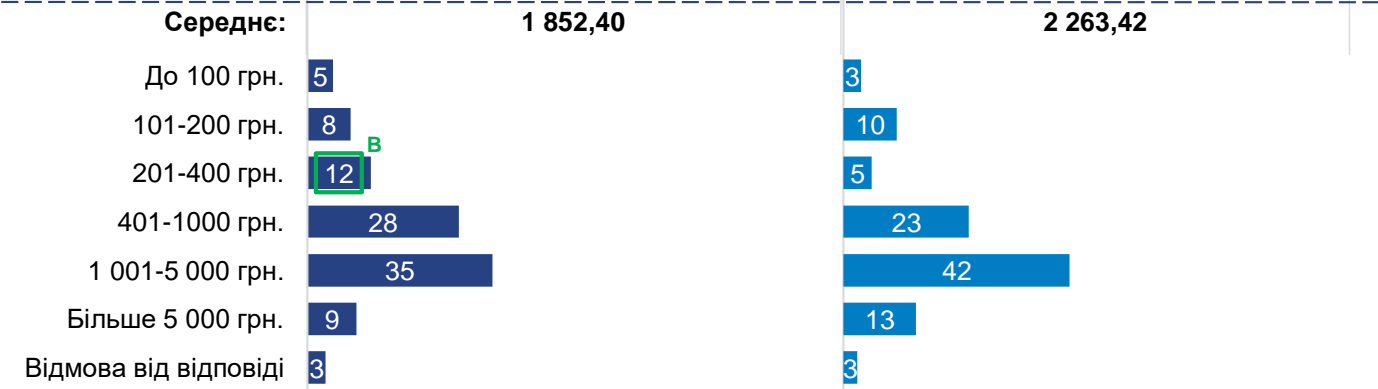
15% купували товари в Інтернет для подальшого перепродажу (N=74) (B)

З доставкою з України: 9%

## Частота онлайн-замовлень



## Максимальна вартість одного замовлення



<sup>A</sup> Рамками позначені статистично значимі відмінності в даних між різними групами опитаних (рівень значимості 90%). Літера в правому верхньому куті вказує на те, по відношенню до якої групи значення вище

A35. ДЛЯ ЯКИХ ЦІЛЕЙ ВИ ЗДІЙСНЮВАЛИ ОНЛАЙН-ПОКУПКИ У 2017 РОЦІ?

# Висновки

## Висновки

### Які категорії товарів купують в Інтернет

- В структурі онлайн-покупців України близько 43% за останній рік мали досвід здійснення покупок в Інтернет з їх подальшою доставкою з-за кордону. І за останні п'ять років розмір даної аудиторії зріс більше ніж вдвоє.
- Найчастіше в інтернеті купують **одяг, аксесуари / подарунки**, взуття, косметику, дрібну побутову техніку та смартфони. При цьому саме перші 2 категорії є найбільш популярними у випадку інтернет-покупок з доставкою з-за кордону.

### Як оплачують та як доставляють

- Найбільш популярний спосіб доставки онлайн-замовлень в межах України – до офісу кур'єрської служби (переважно Нової Пошти), а з-за кордону – до офісу Укрпошти.
- Інтернет-покупки, які доставляються з-за кордону, в більшості випадків оплачуються безготівковим способом; тоді як оплата готівкою при онлайн-покупках в межах України все ще досить популярна.

### Частота та вартість онлайн-замовлень

- Частота здійснення онлайн-покупок з доставкою з України та з-за кордону значно не відрізняється (в середньому близько 12-13 покупок на рік для кожного з них).
- Але середня вартість одного замовлення є дещо вищою для онлайн-покупок в межах України (~1 515 грн.) порівняно з зарубіжними покупками (~1 290 грн.).
- В той же час % покупців, що здійснюють онлайн-замовлення з метою їх подальшого перепродажу є дещо вищим серед тих, хто мав досвід здійснення Інтернет-покупок з їх доставкою з-за кордону (15% проти 9% по Україні).



Дякуємо за увагу!