



pragmatica



# ПОТРЕБИТЕЛСКО ПОВЕДЕНИЕ В СИТУАЦИЯТА НА COVID19

Резултати от потребителско проучване

PRAGMATICA

26 Март, 2020

В динамичната ситуация на COVID19 потребителското поведение е нетипично и рязко се променя. Затова за брандовете е изключително важно да следят как тяхната целева аудитория мисли, какви са нагласите и очакванията ѝ.

За да разберем доколко и как хората се влияят от COVID19, проведохме проучване сред 400 представители на градското население на България, ползващо интернет. Проучването беше проведено на 22 и 23 март – 10 дни след обявяването на кризисното положение в страната. Настоящият доклад представя анализ на потребителското поведение в ситуацията на COVID19.

Акцентите в този документ са:

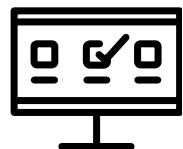
- Изследователска **методология**;
- Основни **изводи**;
- Доколко **притеснени са българите**;
- Поведение на **българите**;
- Източници на **информация**;
- Отражение върху **финансите им**.

# Изследователска методология



## Тип на изследването

Количествено



## Метод за събиране на данни

Онлайн анкета със специализираната система на Prgamatica – MyOptis



## Целева група

Мъже и жени на възраст 18-69 години  
Ползвачи интернет



## Вид и обем на извадката

Извадка с обем: n=400



## Обхват

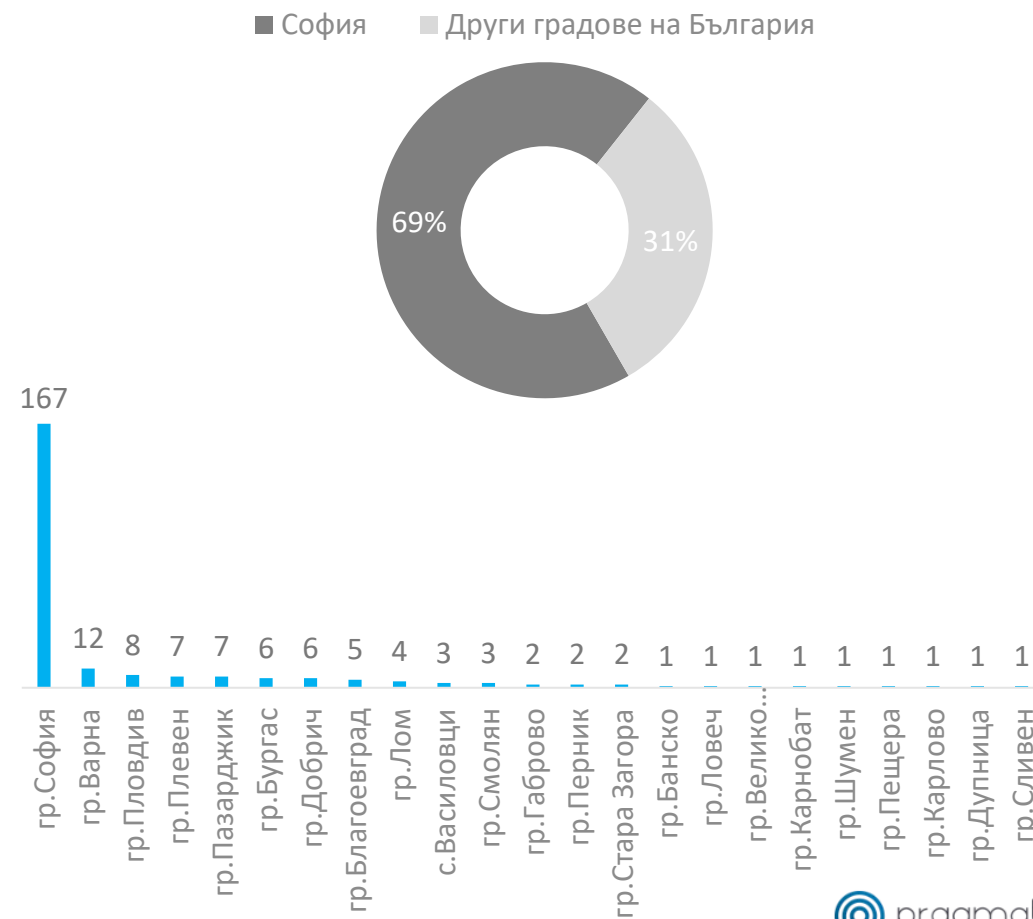
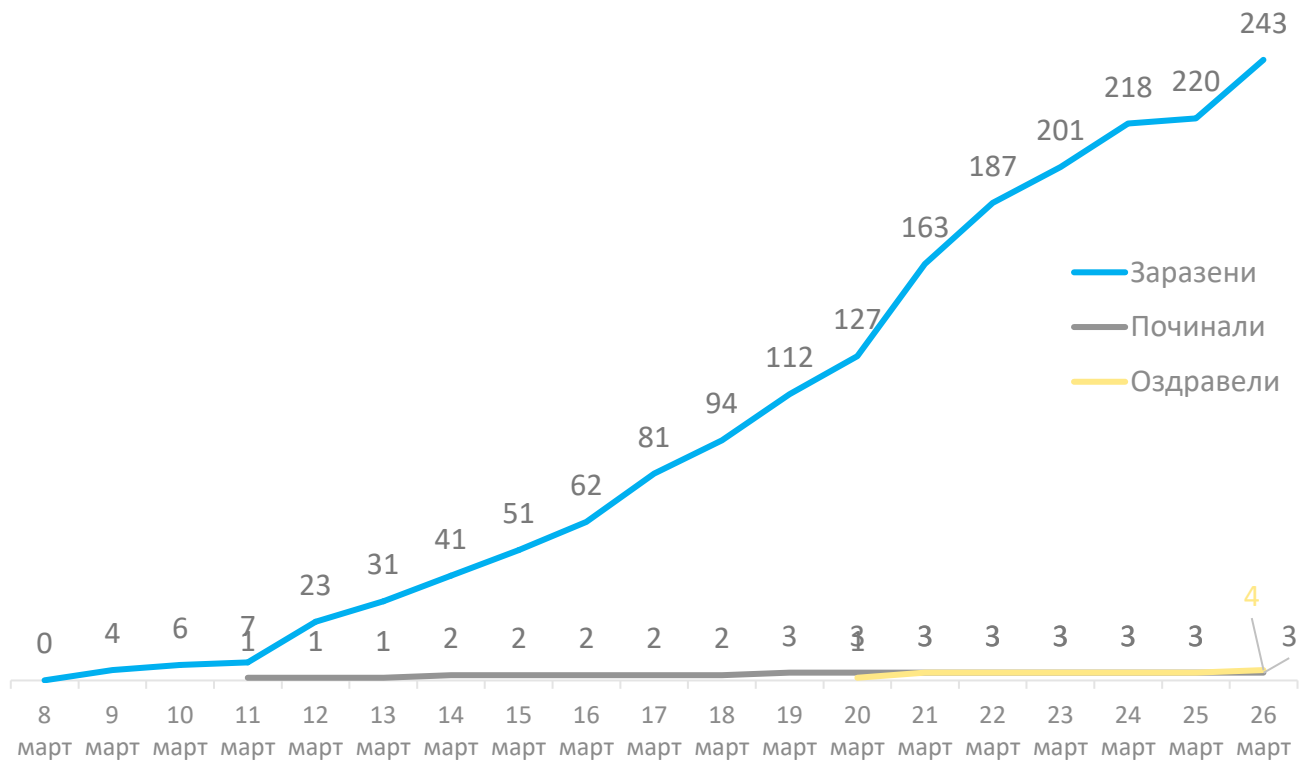
Градско население




## Период на провеждане на полевата работа

22-23 Март, 2020 година

## Здравното състояние на българите, вследствие на COVID19



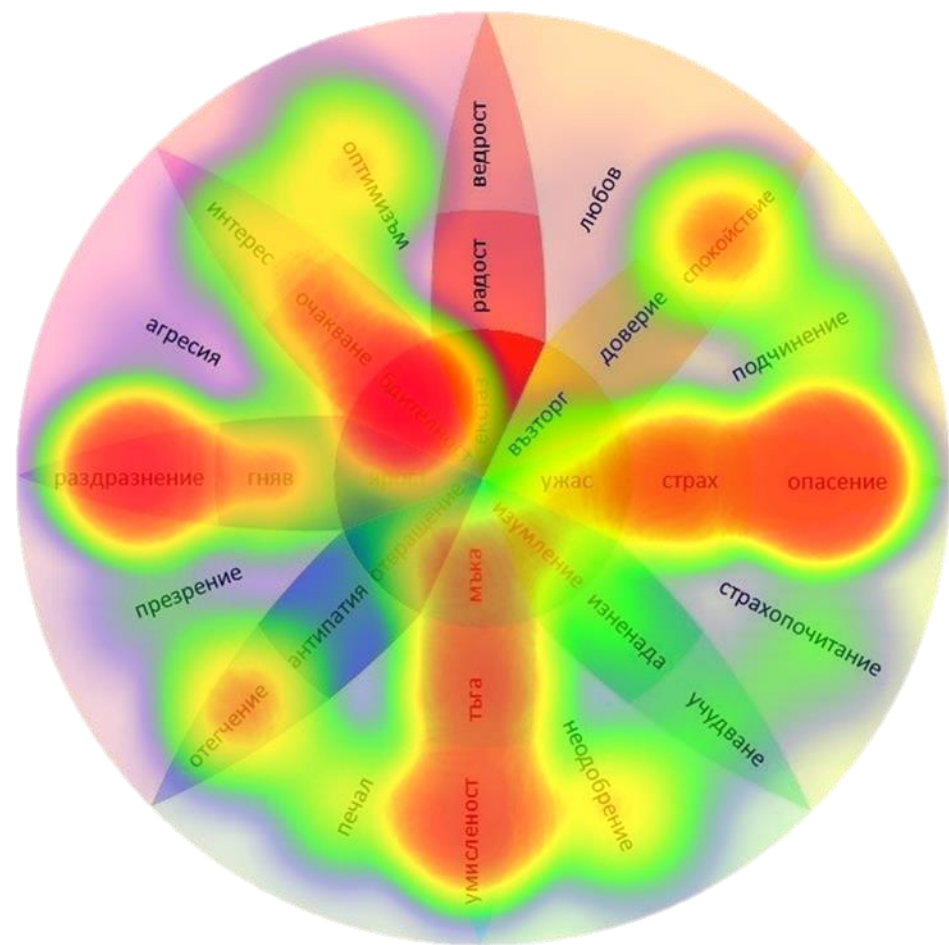




Доколко  
притеснени са  
българите



Какви **емоции** предизвиква у Вас темата за коронавируса?



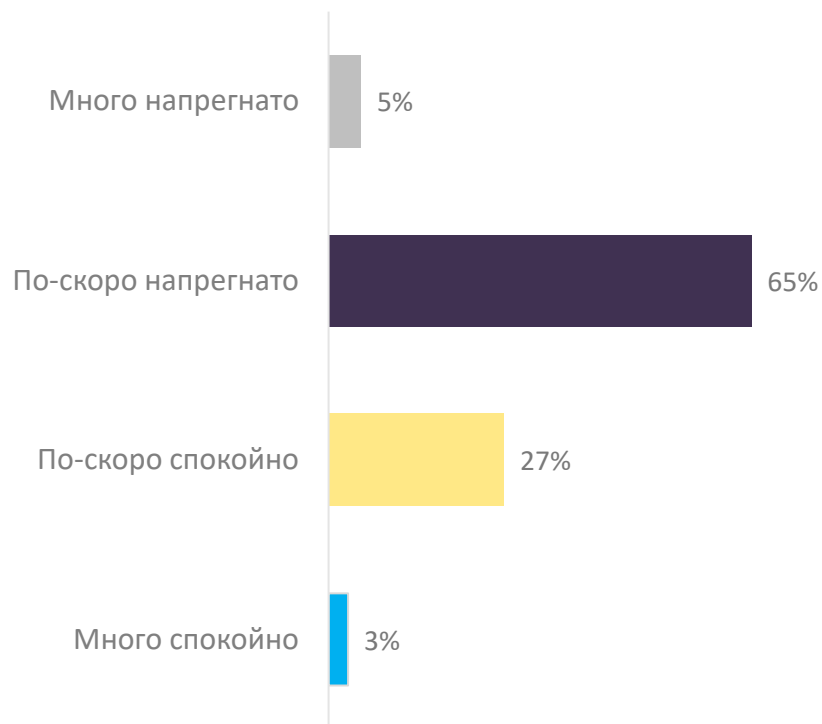
При **мъжете** раздразнението е по-силно изразено, а сред **жените** по-осезаеми са притеснението и тъгата.

Имайки предвид значително нарастващия брой заразени, напрежението и опасенията от заразяване в **столицата и големите градове** са по-силно изразени отколкото в **по-малките населени места**.

Усеца се разлика и в настроението на **работещите** от възрастни и тези, които са на работното си място. Работещите, които все още посещават работното си място, не са толкова притеснени от заразяване с COVID19. От друга страна, обаче, те са много по-раздразнени от създалата се ситуация.

Лицата **до 60 години** проявяват по-скоро бдителност отколкото притеснение от ситуацията, което се дължи на факта, че самите те не се чувстват толкова застрашени от COVID19. От своя страна, хората **над 60 години** изпитват най-голямо опасение от заразяване с вируса.

Какво е настроението във Вашето семейство след въвеждането на мерките за социална изолация?



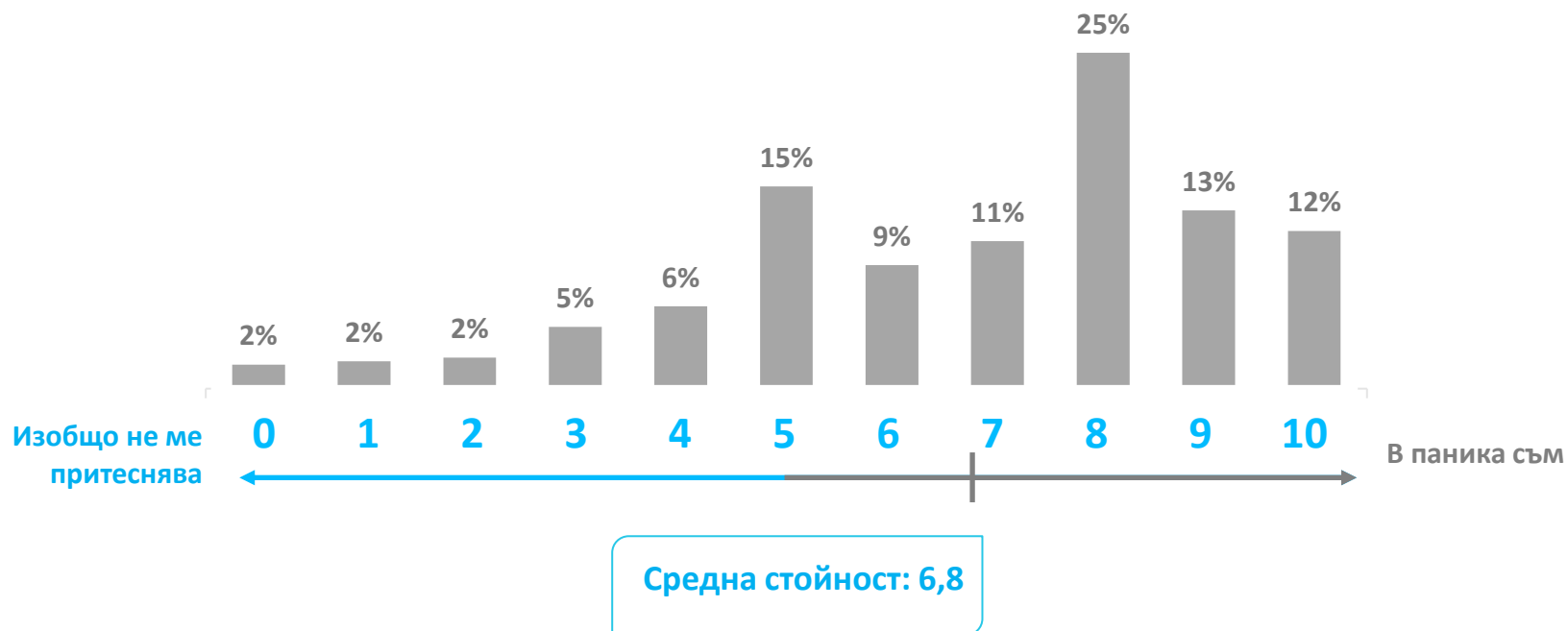
70% от лицата споделят, че коронавирусът създава **напрежение в тяхното семейство**. Положително е това, че изнервеността все още не е достигнала **своя връх**, тъй като едва 5% са посочили, че ситуацията въобще е много напрегната. В очакване на края на вирусната вълна, хората се чувстват както **притеснени** и **разстроени**, така и **раздразнени**.




Доколко се притеснявате от възможността **Вие лично** да се заразите с коронавируса?



Доколко се притеснявате от възможността **Ваши близки** да се заразят с коронавирус?



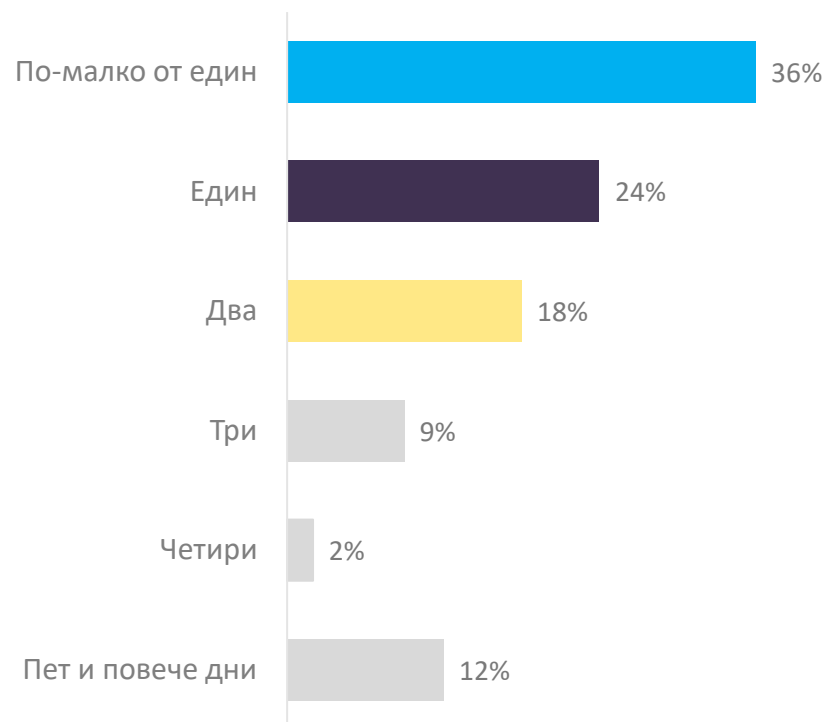
В така създамата се ситуация се оказва, че хората са по-загрижени и са по-склонни да се притесняват повече за здравето на своите близки, отколкото за своето собствено здраве.



Поведение на  
българите



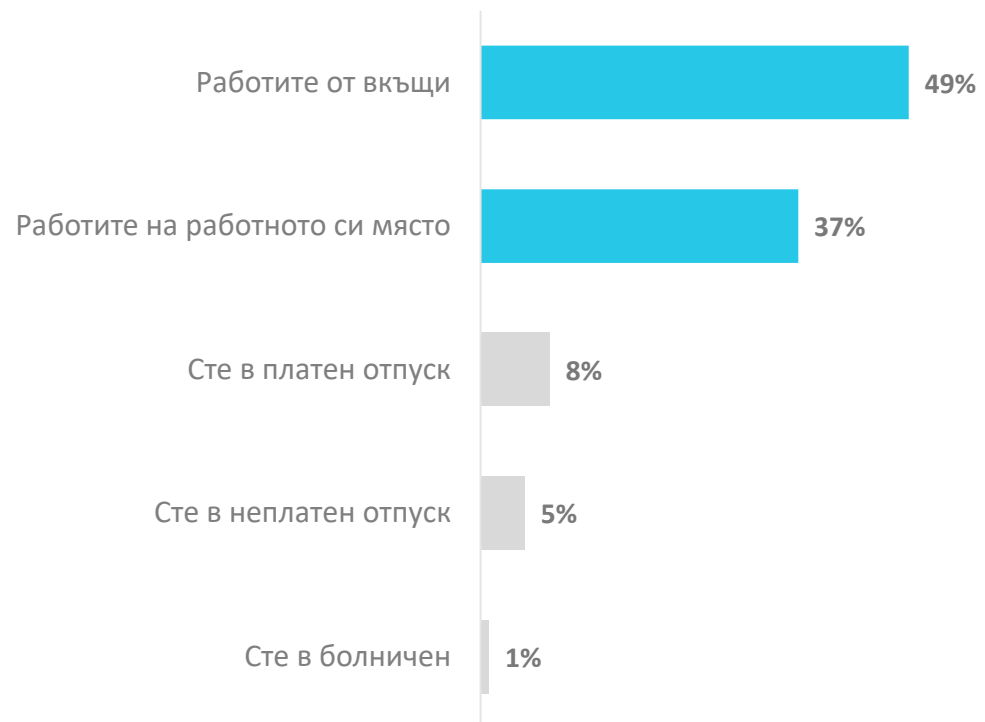
От колко **дни не сте излизали от вкъщи**, независимо за какво?



Въпреки наложените кризисни мерки, **36% от изследваните лица споделят, че съвсем наскоро са излезали от вкъщи.** Сред тях, хората под 30-годишна възраст са най-склонни да излизат навън, тъй като не са толкова притеснени за здравето си. Сравнително по-малко са хората, спазващи напълно **социалната изолация** – едва 12% не са излезали от вкъщи от пет и повече дни. Жените са по-склонни да прекарват повечето време вкъщи, отколкото мъжете.



## В момента Вие:



Като част от мерките за ограничаване на COVID19, голяма част от заетите вече **работят от вкъщи**. Работещите от вкъщи са преобладаващо лица, които живеят в по-големи населени места.

## Какво правите в ситуацията на коронавируса?



Избягвам/  
ограничавам  
събиранията с хора

**87%**



Мия си ръцете по-често

**84%**



Ползвам дезинфектант

**63%**



Информирам се  
за броя заболели/  
заразени

**60%**



Отменям пътувания

**59%**



Купувам само най-  
необходимото

**57%**



Нося маска

**48%**



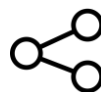
Взимам витамини и/ или  
други препарати, за да  
подсиля имунната си система

**47%**



Търся информация за  
коронавируса през  
масови медии

**44%**



Търся информация за  
коронавируса от  
специализирани медии

**24%**



Запасявам се с храни и  
други стоки от първа  
необходимост

**18%**



Запасявам се с  
медикаменти и  
медицински консумативи

**11%**



Пазарувам  
онлайн, вместо на  
място в магазин

**10%**



Купувам по-евтини  
продукти

**7%**



Нищо по-различно от преди

**16%**

Какво **избягвате** в ситуацията на коронавирус?



Ходене на гости при приятели и роднини

88%



Разходки из центъра на града, когато/където има много хора

81%



Пътувания зад граница

81%



Обществен транспорт, а преди го ползвах редовно

77%



Да поръчвам готова храна за вкъщи, а преди поръчвах редовно

42%



Да поръчвам продукти от други държави

41%



Големи супермаркети

37%



Нито едно от посочените

2%

## МЕРКИ

Мерките, които **масово се предприемат**, са в унисон с препоръките на Кризисния щаб и на СЗО. Те се изразяват в спазване на по-добра **лична хигиена** и максимално ограничаване разпространението на вируса чрез **социално дистанциране**.

Притеснението от вируса си личи и в поведението на лицата – по-възрастните, като по-заstrasени, са склонни да спазват по-стриктни мерки за опазване на здравето си.


Много характерно за лицата под 30 години е това, че активно се информират и търсят данни за броя заболели. Друга мярка, която те предприемат, е да отменят планираните си пътувания.

Промяната в потреблението е осезаема – 56% от градското население посочват, че вече ограничават покупките си само до **най-необходимото**, като това е най-типично за по-възрастните представители, а 10% от всички лица са пренасочили покупките си **онлайн**.

## ОГРАНИЧЕНИЯ

Паралелно с предприетите мерки, се наблюдава и значителна **промяна в типичното поведение** на хората. Най-изразено е социалното дистанциране. 87% са **намалили посещенията** при приятели и роднини, а възрастните хора напълно са ограничили тези контакти. **Общественият транспорт** също е превантивно избягван от всички възрастови групи.





Източници на  
информация



Откъде се информирате за обстановката в страната?



Новинарски емисии по телевизията  
**89%**



Радио  
**20%**



Новини в интернет сайт  
**76%**



Медицинско лице  
(личен лекар, друг медицински специалист)  
**8%**



Социални медии  
(Facebook, Instagram, форуми)  
**68%**



Печатни медии  
**5%**



Приятел/и, роднина/и,  
колега/и (на живо)  
**21%**



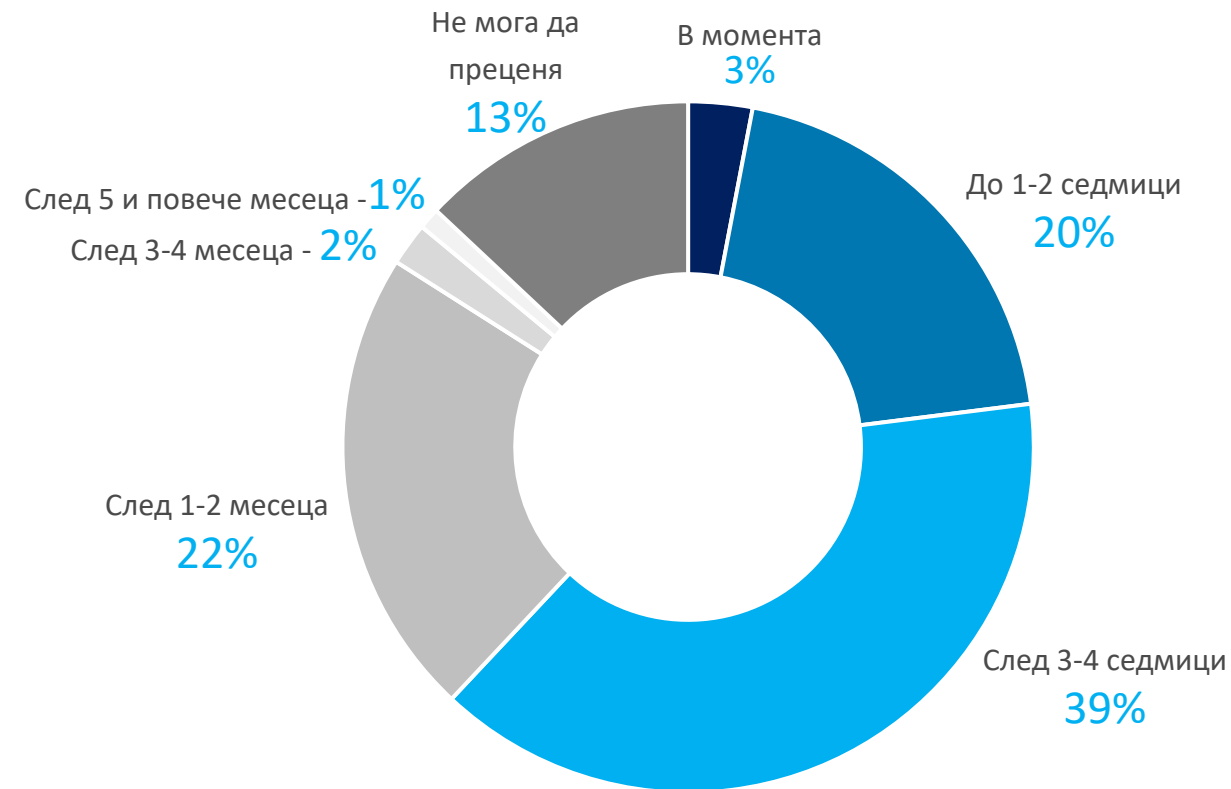
Не се информирам  
**1%**

Наблюдава се увеличена гледаемост на телевизия във всички възрастови групи, дължащо се на факта, че хората в момента прекарват необичайно дълго време в домовете си.

Интересно е засиленото ползване на радио, като това е най-характерно предимно за хората над 60 години.

Темата за коронавируса е залегнала и в ежедневиите разговори. Около 20% посочват, че се информират от приятели, роднини и колеги, като това е особено обичайно за лицата до 60 години.

Според Вас, кога ще е **пикът на заразяването** с коронавирус у нас?



Най-често хората са с очакването, че пикът на заболяването ще е в рамките на **един месец**.

Известен нюанс се наблюдава в това, че лицата над 60 години по-често се затрудняват да определят кога ще е пикът на заразата, докато тези до 60 години са сравнително по-категорични в мнението си.



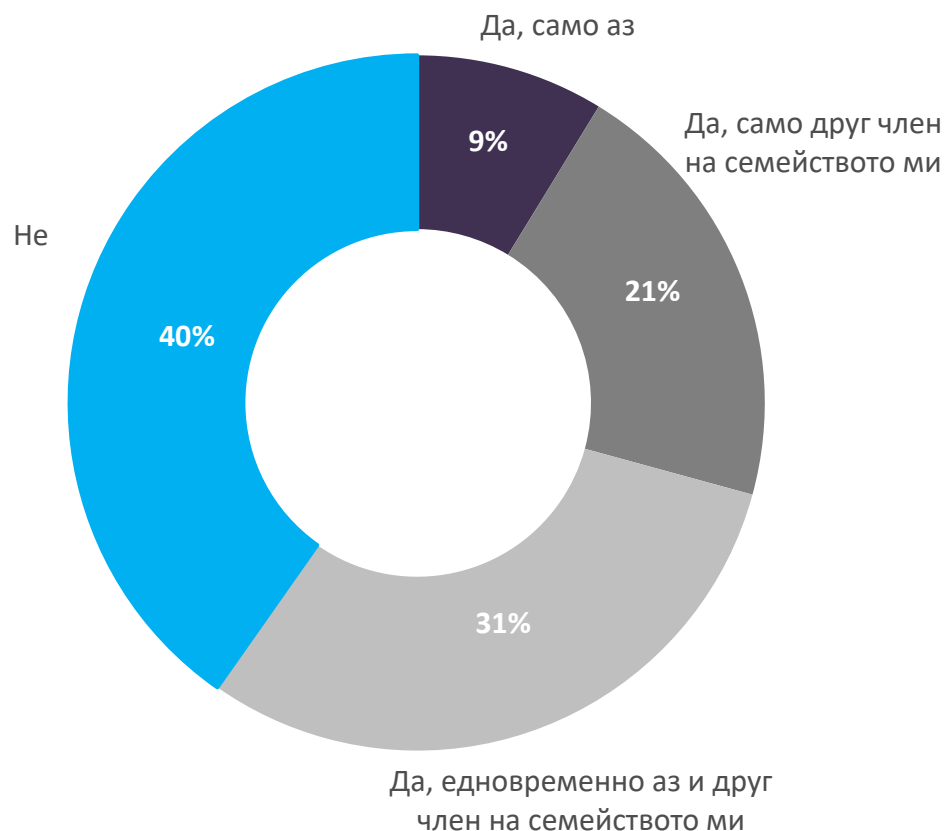


Финансов  
эффект





Вие или друг член на Вашето семейство търпи ли **финансови загуби** вследствие на извънредното положение у нас?



## ФИНАНСИ

Освен до притеснение за здравето, кризисната ситуация води и до притеснение за финансовото състояние на домакинството. Към момента, само 11 дни след обявените извънредни мерки в страната, почти **60% от домакинствата търпят финансови загуби**, като те са най-осезаеми в групата на активно работещите - 31-59 годишните.

Около 1/3 от лицата посочват, че търпят финансови поражения съвместно с друг член на семейството им.

Приблизително какъв е размерът на **финансовите загуби** общо за Вашето семейство?

**1023 лв**

Среден размер на финансовите загуби

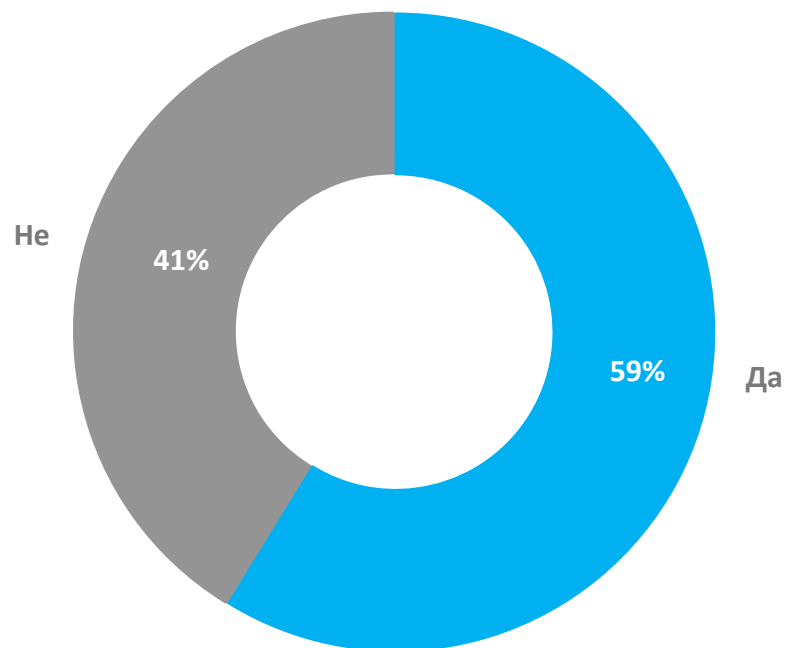
Като очаквана стъпка за олекотяване на семейния бюджет, домакинствата са ограничили някои от своите разходи.

**Обичайните разходи** са ограничени най-вече от хората, работещи вкъщи.

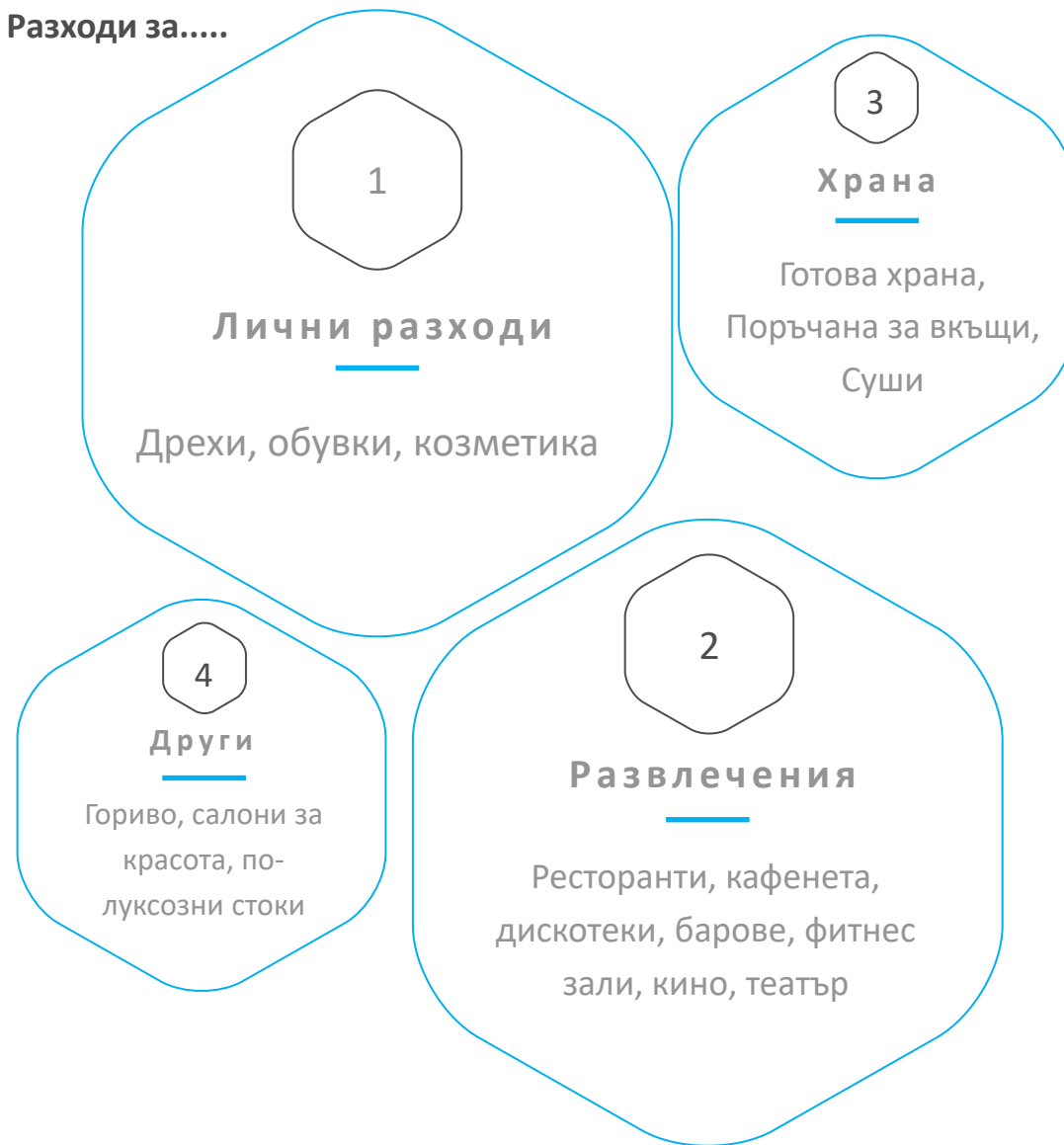
Те се изразяват в спад на покупките на храна, дрехи, обувки. Имайки предвид наложените кризисни мерки, очаквано ограничени са и разходите за заведения, развлечения, услуги и почивки.

# Промяна на поведението в ситуация на COVID19

Ограничили ли сте някои от своите **обичайни разходи**?

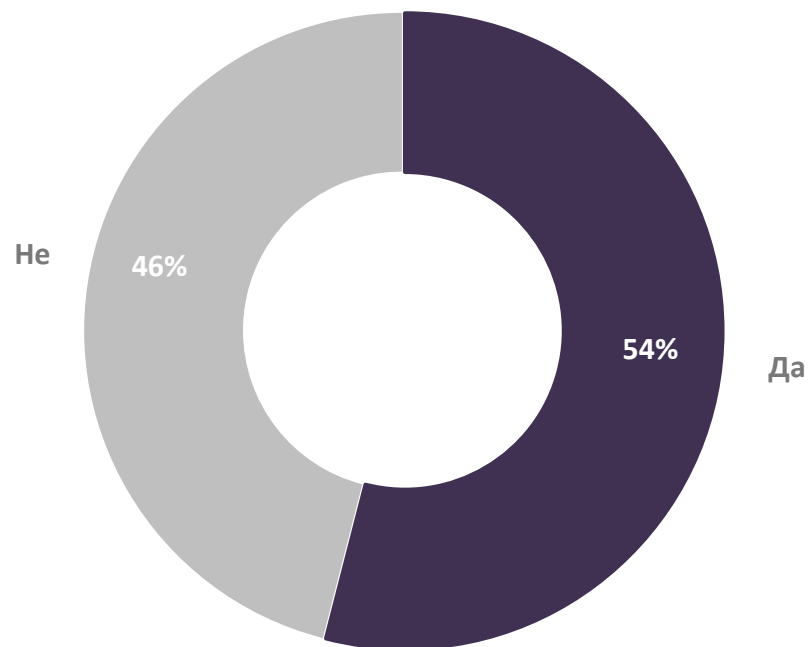


Кои? Разходи за.....



# Промяна на поведението в ситуация на COVID19

Планирате ли да отложите някои от **по-големите Ви разходи**?



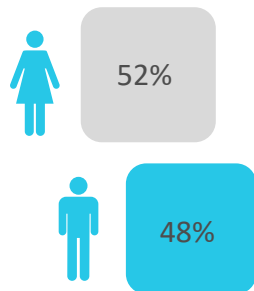
Кои? Разходи за.....



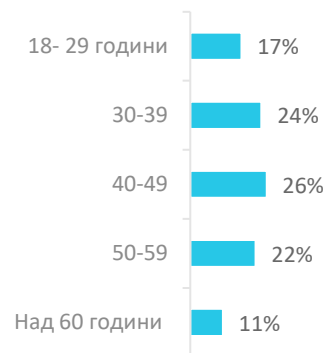


# Профил на изследваните лица

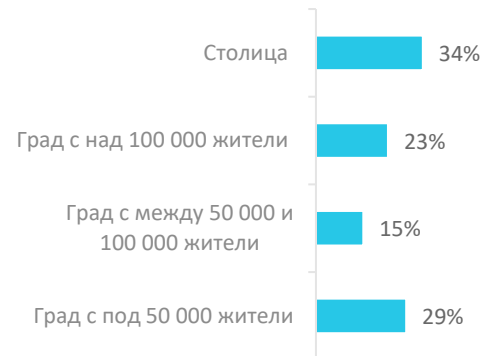
## Пол:



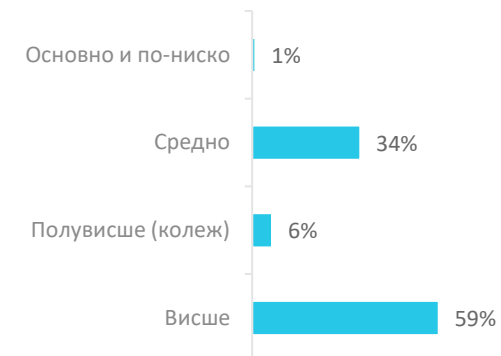
## Възраст:



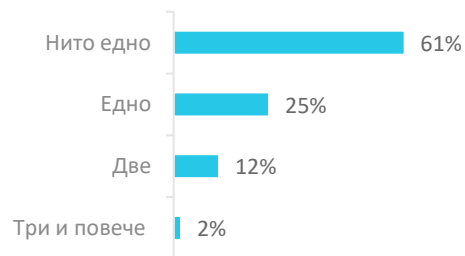
## Населено място:



## Образование:



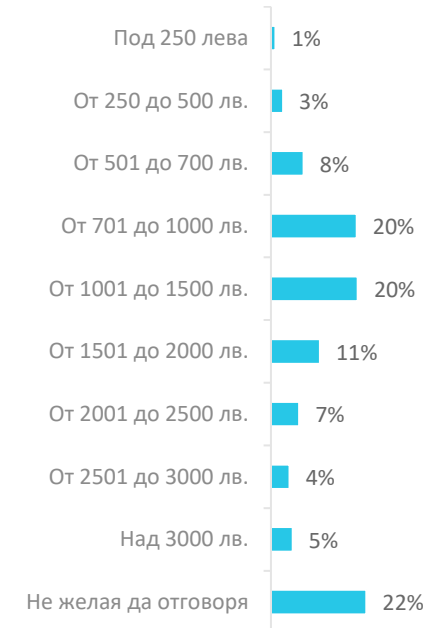
## Лица под 16 години в домакинството:



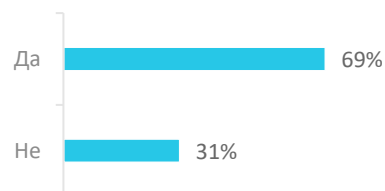
## Трудова заетост:



## Личен доход:



## Ученици сред децата в домакинството:



# Информация за **контакт**



[PragmaticaFacebook](#)

[PragmaticaLinkedIn](#)

[www.pragmatica.bg](http://www.pragmatica.bg)

[office@pragmatica.bg](mailto:office@pragmatica.bg)

(359 2) 434 09 30

98 Gotse Delchev Blvd., fl.  
6, office 10  
1404 Sofia, Bulgaria

