KANTAR

Українці та штучний інтелект



Дослідження Kantar Україна

Хвиля 2

© Kantar 2026

Дизайн дослідження

1	**Метод:**	Онлайн опитування на панелі Kantar. Kantar Online Track
2	**Вибірка:**	1000 респондентів, квотна за статтю, віком, типом населеного пункту та регіоном
3	**Цільова аудиторія:**	Чоловіки та жінки, 18-55 років
4	**Географія:**	Національна панель, за винятком сіл та тимчасово окупованих територій та зони активних бойових дій
5	**Період опитування:**	1 хвиля - Вересень 2025 2 хвиля - Липень 2026



KANTAR

1
ШІ у повсякденному житті

ШІ став частиною щоденної рутини

Щоденне користування зросло до 30%, а 72% українців уже звертаються до ШІ у повсякденні

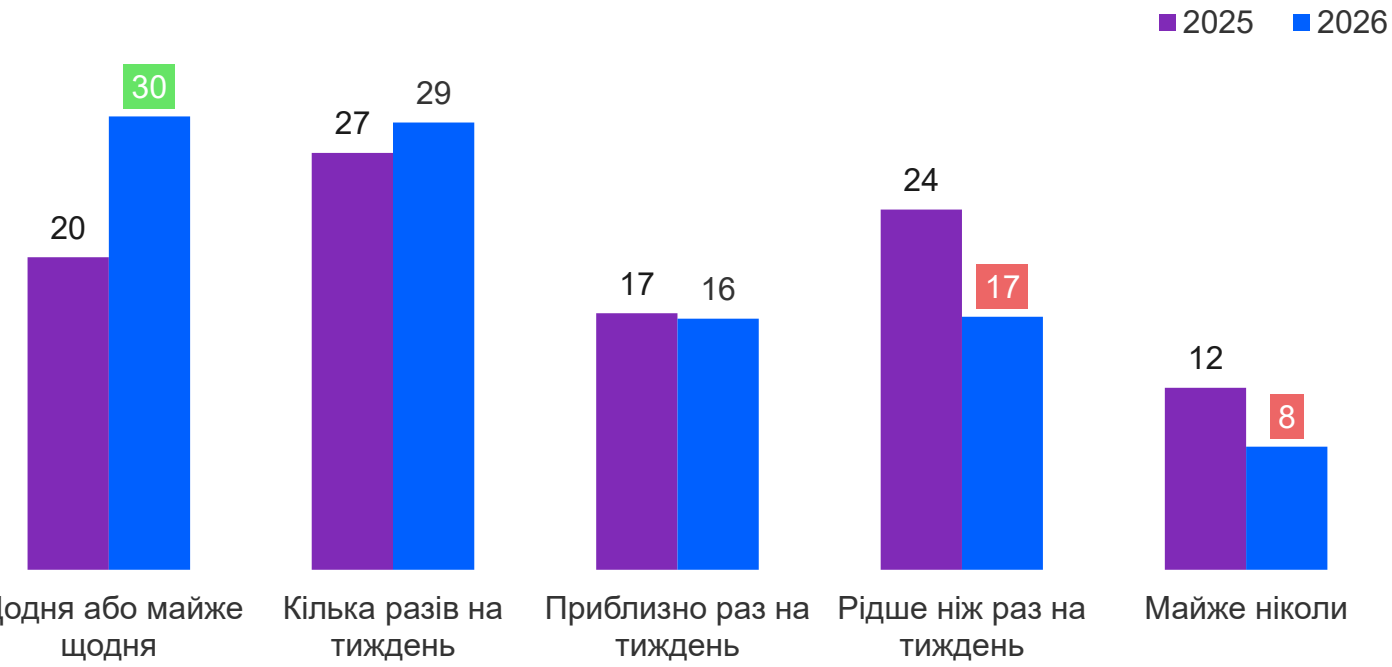
72% + 13 п.п. vs 2025

користуються у повсякденному житті

15% + 6 п.п. vs 2025

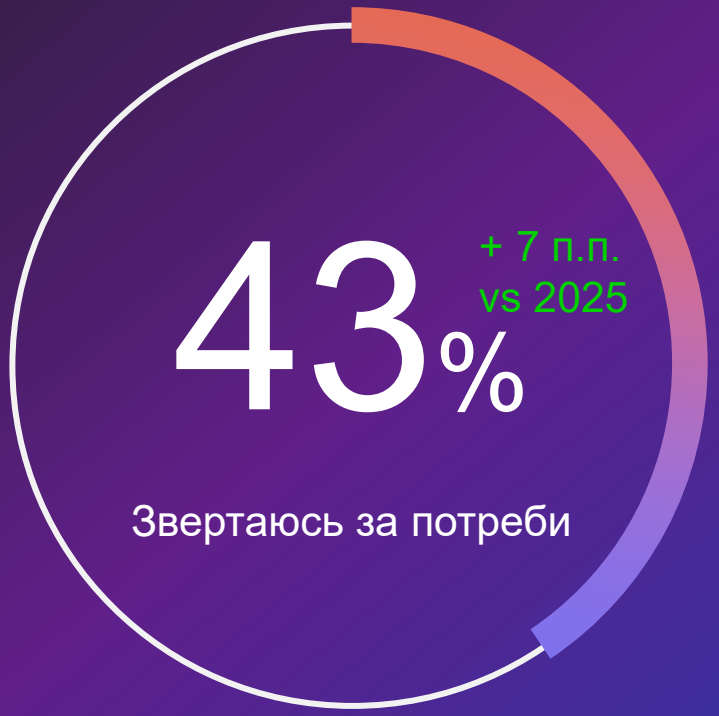
сприймають ШІ як звичний щоденний інструмент

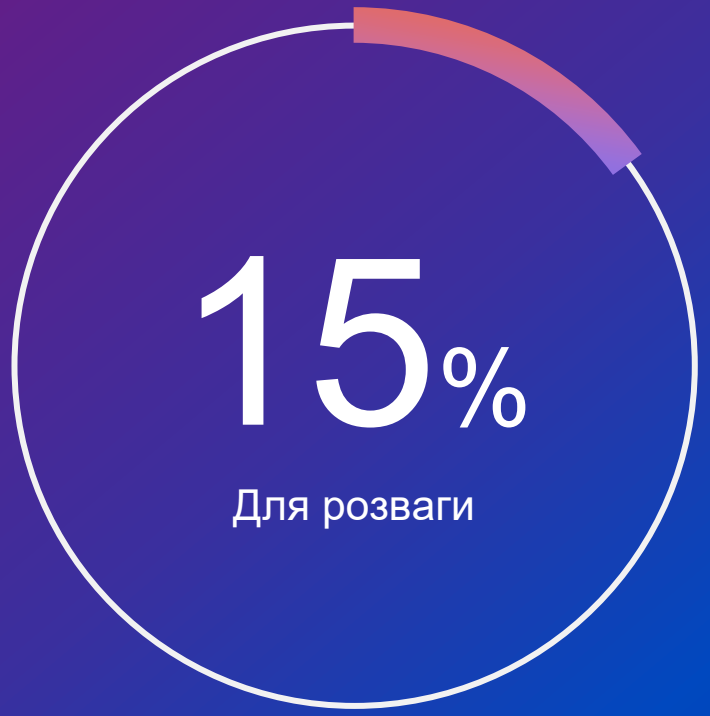
Частота використання, %

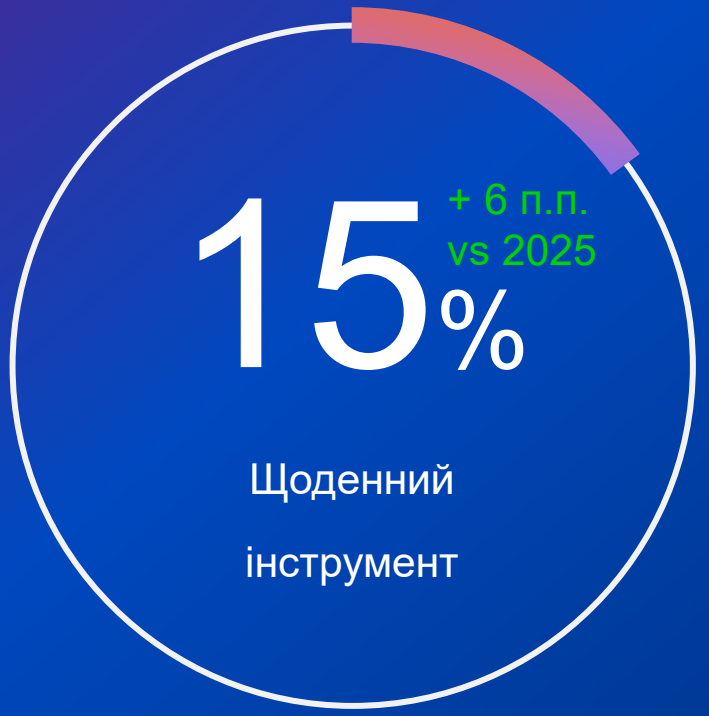


База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
респонденти, користувачі ШІ, N=822
У яких ситуаціях ви вже використовували штучний інтелект (наприклад, ChatGPT) у повсякденному житті?
Як часто ви звертаєтесь до ШІ у повсякденному житті? Яку роль ШІ відіграє у вашому житті зараз?

ШІ все ще помічник «за потреби», але звичка міцніє







KANTAR

База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
Яку роль ШІ відіграє у вашому житті зараз?

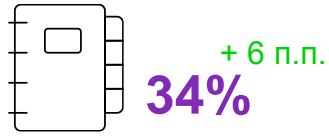
ШІ працює як універсальний «розумний помічник»

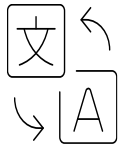
Лідирують пояснення й навчання, переклад та генерація ідей і текстів

Сфери використання, %

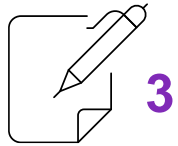


Ситуації використання, %


+ 6 п.п.
34%
Пояснення та навчання

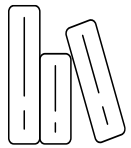

32%
Переклад тексту

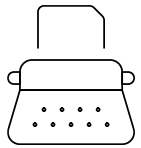

+ 7 п.п.
31%
Генерація ідей

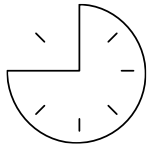

31%
Написання текстів


+ 4 п.п.
22%
Спілкування та розваги


+ 9 п.п.
22%
Підбір покупок


22%
Допомога в навчанні


+ 4 п.п.
20%
Підсумування контенту


11%
Планування часу

KANTAR

База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
У яких сферах ШІ для вас зараз найбільш корисний? У яких ситуаціях ви вже використовували штучний інтелект (наприклад, ChatGPT) у повсякденному житті?

Швидкість і зручність переважають над недовірою

Перевага економії часу зросла до 41%, але головні бар’єри: неточність відповідей і впевнена неправда

Що насторожує в ШІ, %

2025	2026	
33	33	Не завжди відповідає точно або зрозуміло
23	**28**	Видає неправду так, ніби впевнений
23	22	Боюсь, що замінить людей
17	17	Занадто багато даних про мене може десь зберігатись
15	17	Іноді відповідає як бот, без емоцій
11	10	Забагато пафосу або шаблонності

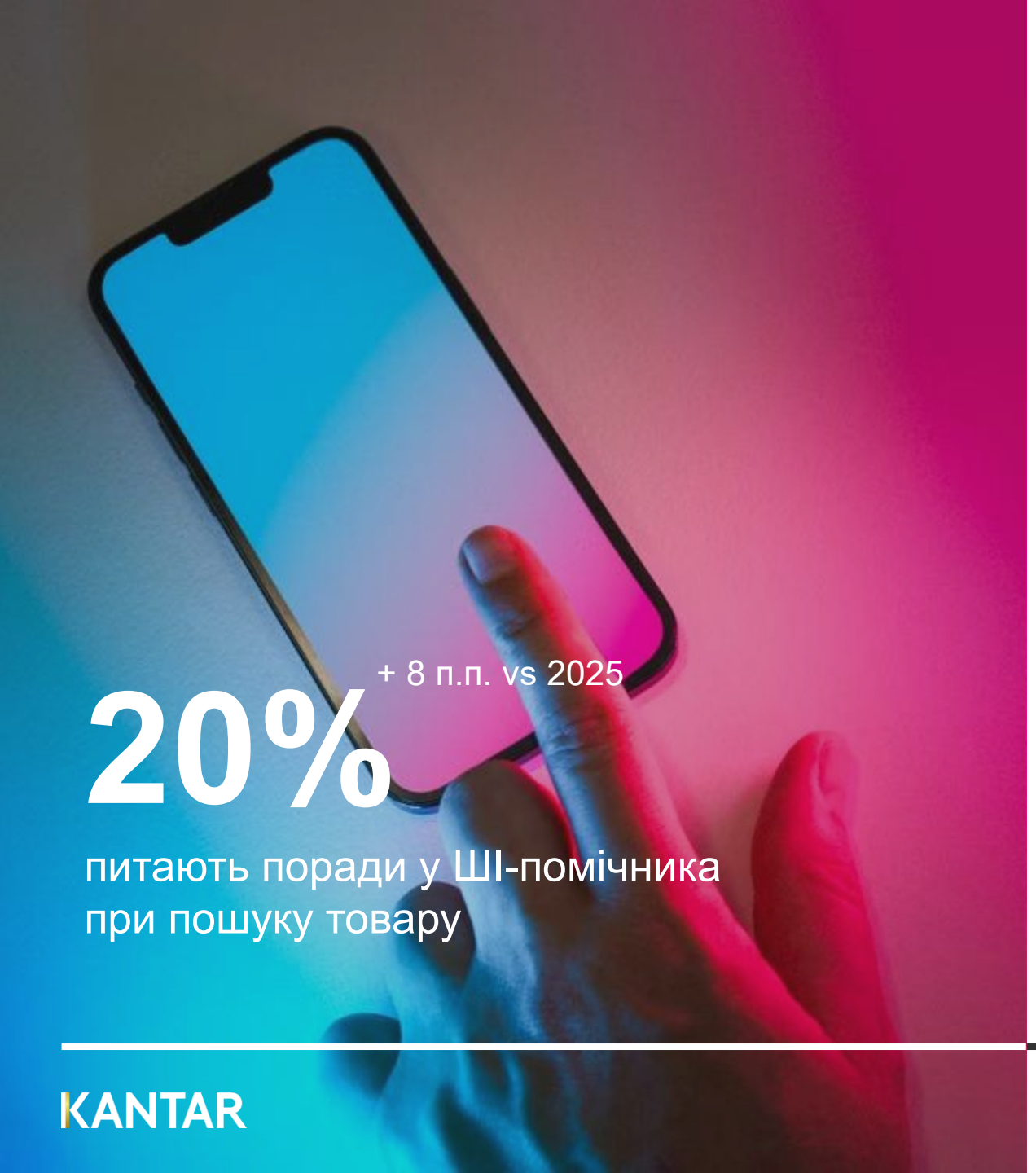
Що приваблює в ШІ, %

	2025	2026
Економить час	36	**41**
Швидко і зручно – не треба довго шукати або думати	35	**40**
Можна питати будь-що без осуду	25	**30**
Допомагає з текстами, ідеями, формулюваннями	28	26
Дивує – цікаво, що ще вміє	19	16
Мотивує, підтримує, допомагає навести порядок в голові	10	**13**

KANTAR

База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
Що вас найбільше приваблює у використанні ШІ? А що вас насторожує або дратує у ШІ?

2
ШІ у покупках



+ 8 п.п. vs 2025

20%

питають поради у ШІ-помічника при пошуку товару

Пошук товару починається з Google, але ШІ вже підтягується

Дії при пошуку товарів, %



KANTAR

База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
Коли ви плануєте щось купити — з чого зазвичай починаєте пошук і вибір?

Шопінг із ШІ перейшов із цікавості в практику

60% уже користуються ШІ під час онлайн-шопінгу, а частка тих, хто ще не пробував, впала з 36% до 21%

+ 17 п.п. vs 2025

60%

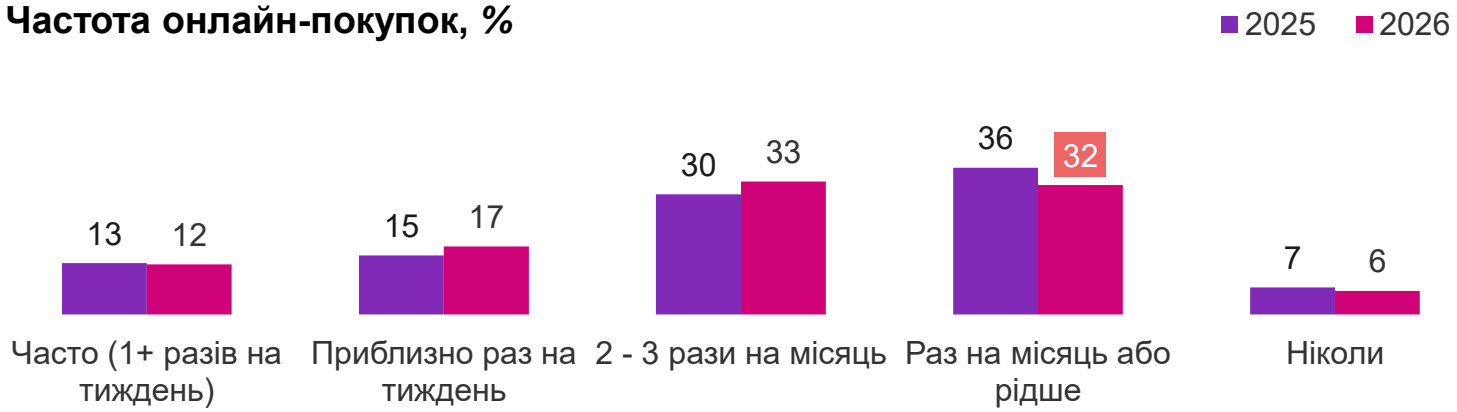
користуються ШІ під час онлайн-шопінгу

+ 12 п.п. vs 2025

52%

вважають, що ШІ це щось звичне, а не далеке майбутнє

Частота онлайн-покупок, %



Частота використання ШІ для покупок, %



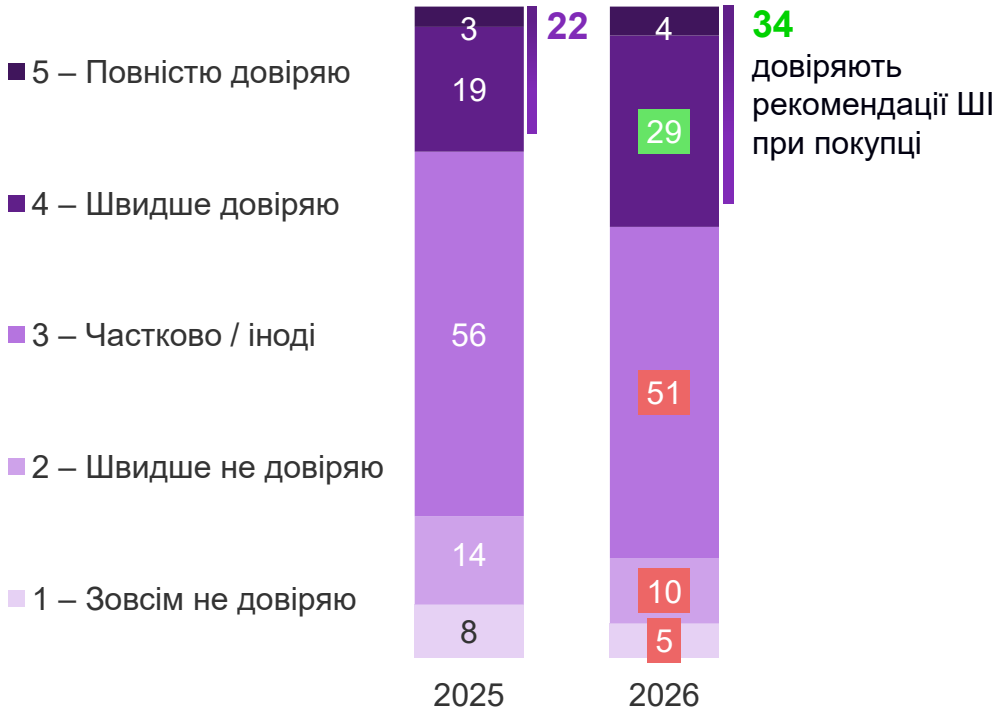
KANTAR

База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
Як часто ви залучаєте штучний інтелект під час онлайн-шопінгу останнім часом? Як вам здається – штучний інтелект у покупках зараз це вже щось звичне, чи поки що далеке майбутнє?

Довіра зростає, але контроль лишається за людиною

34% довіряють порадам ШІ, проте 52% все ще хочуть обирати кожен товар самі

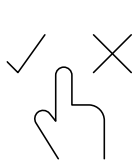
Довіра рекомендаціям ШІ при покупці, %



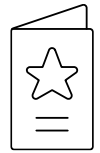
Чи готові довірити вибір ШІ, %

2025	2026	
9	**11**	Так – якщо це щось дрібне і я довіряю його вибору
10	13	Так – якщо мова про типові/регулярні покупки
25	24	Так – але тільки якщо я зможу переглянути і змінити все перед оплатою
56	**52**	Ні – я хочу сам(а) вибирати кожен товар

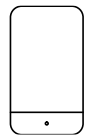
Коли ШІ допоміг, %



+ 11 п.п. **32%** Вибрати між варіантами



+ 6 п.п. **26%** Аналіз відгуків



24% Підібрати техніку



23% Знайти ідею подарунка

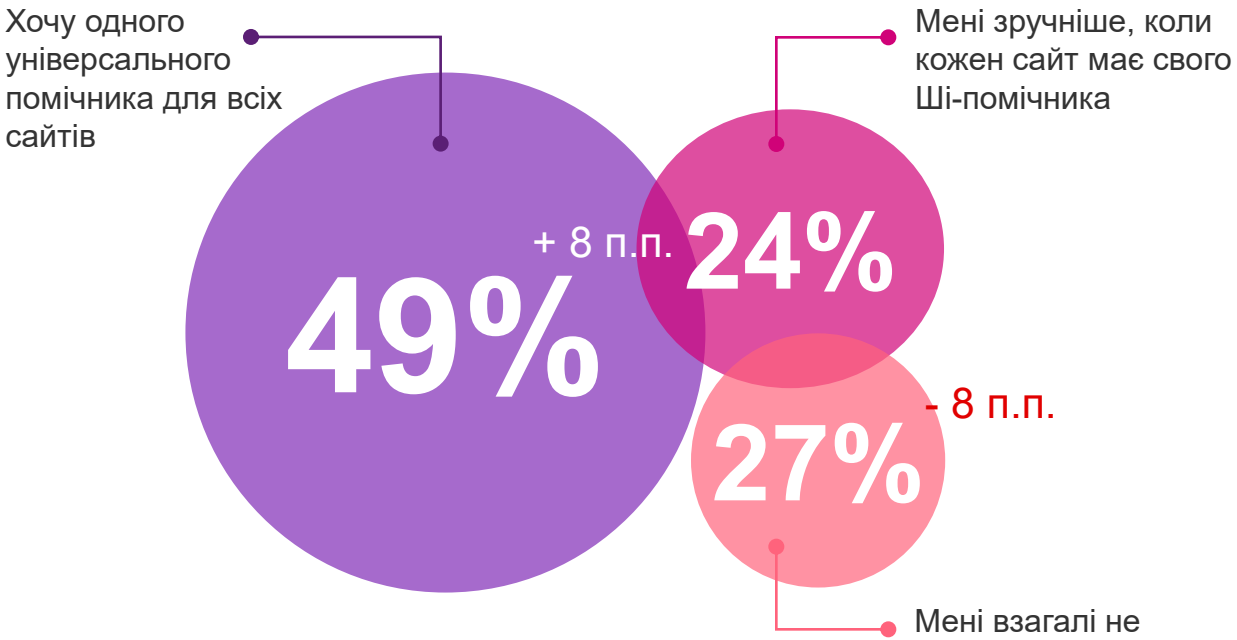
KANTAR

База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
респонденти, користувачі ШІ для покупок, N=806
Якщо б ШІ міг самостійно підбирати товари і додавати їх у кошик – ви б дозволили йому це? Наскільки ви довіряєте тому, що рекомендує штучний інтелект під час онлайн-покупок? У яких випадках ШІ реально допоміг вам купити щось вдале або зробити вибір швидше?

Від ШІ чекають вигоди й простоти вибору

45% хочуть, щоб він показував найдешевше, 39% пояснював різницю між товарами, а 49% віддають перевагу одному універсальному асистенту

Яким має бути ШІ-асистент, %



Що повинен уміти ідеальний ШІ-помічник, %



KANTAR

База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
Ви б хотіли мати один єдиний ШІ-асистент для всіх сайтів – чи окремо на кожному? Якби у вас був персональний ШІ-помічник для онлайн-покупок – що б ви хотіли, щоб він умів?

ШІ входить у покупки, але звичка поки сильніша

Головний бар’єр – українці не готові переходити на ШІ для шопінгу, тому користуються звичкою – шукають товари самостійно

Використання ШІ під час покупок, %



Бар’єри до використання ШІ, %



KANTAR

База: 18-55; національна панель, за винятком сіл, ТОТ та зони активних бойових дій, N=1000
респонденти, НЕ користувачі ШІ для покупок, N=418
Ви коли-небудь використовували штучний інтелект (наприклад, ChatGPT) під час онлайн-покупок? Чому ви не використовуєте штучний інтелект (ШІ) під час онлайн-покупок?

KANTAR

Обговоримо, як ці інсайти застосувати для вашого бренду

Анастасія Ямелинець
Client Partner, Kantar Україна

anastasiia.yamelynets@kantar.com