



KANTAR

Kantar Talks

**Український споживач
сьогодні: нові звички, нові
пріоритети**

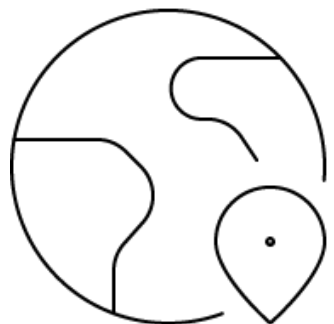
Кушніренко Ірина, Капустян Ольга

16.04.2026

© Kantar 2026

Споживачі у світі сьогодні найбільше занепокоєні:

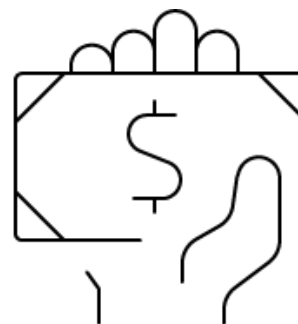
57% 
нестабільність
в країні



36%

Війнами та
збройними
конфліктами

37% 
зростання цін



28%

Економічною
ситуацією

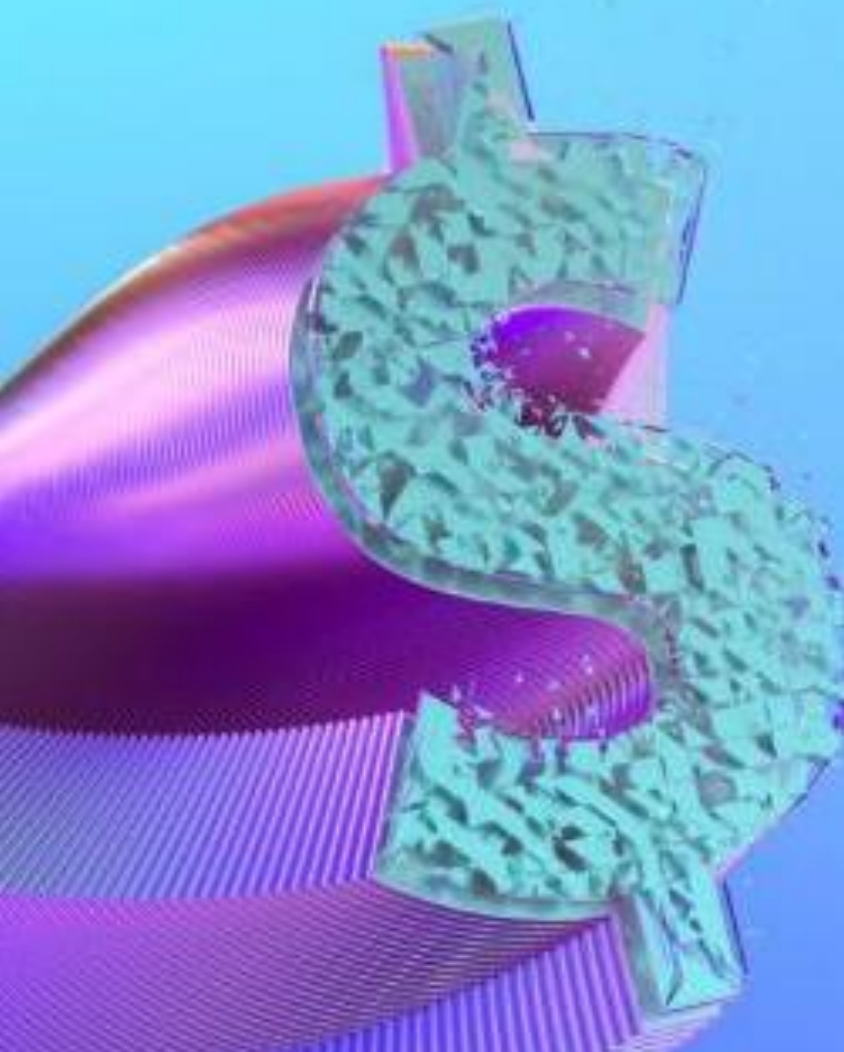
49% 
власна безпека



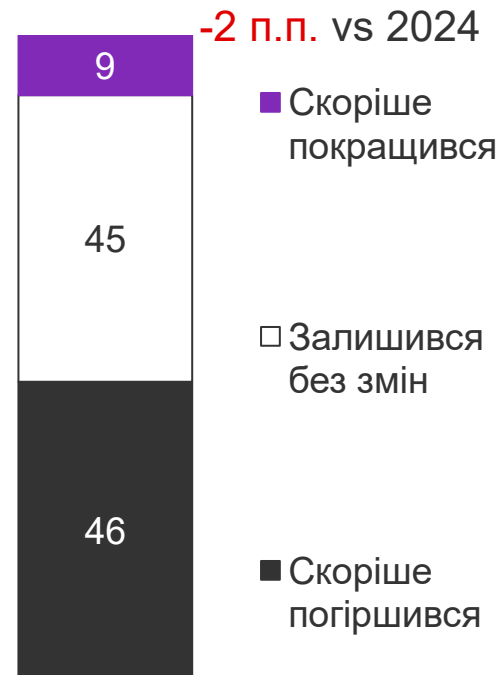
20%

Злочинністю та
особистою безпекою

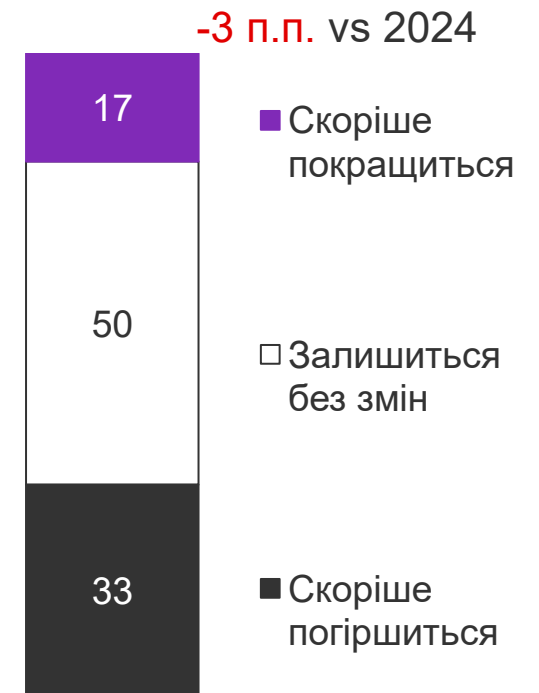
Сприйняття фінансового стану власної сім'ї



Як змінився матеріальний стан сім'ї за останній рік

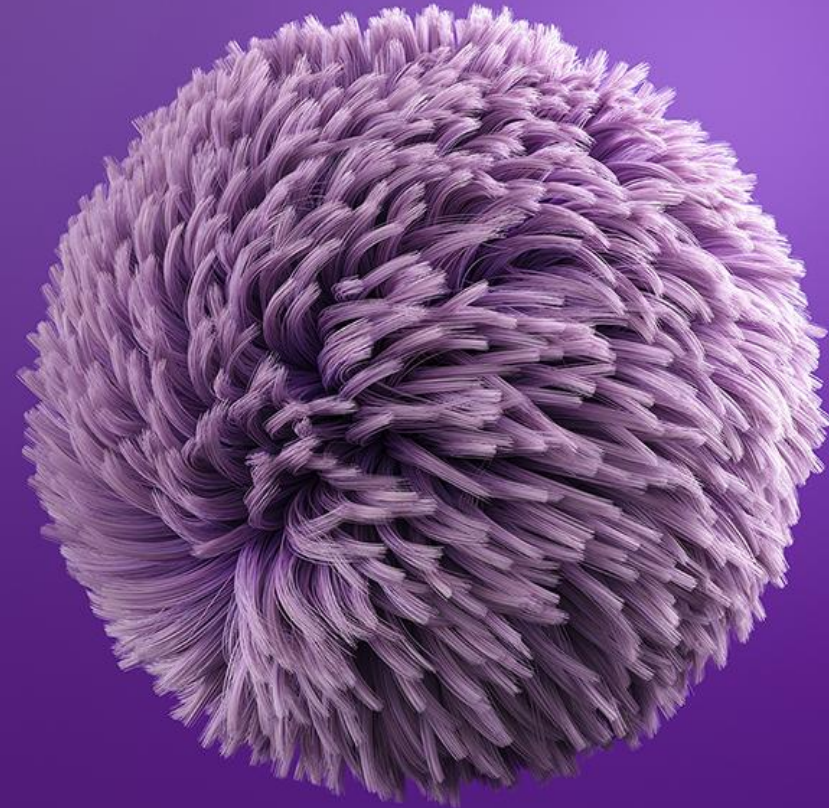


Як зміниться матеріальний стан сім'ї у найближчий рік



Сприйняття економіки України

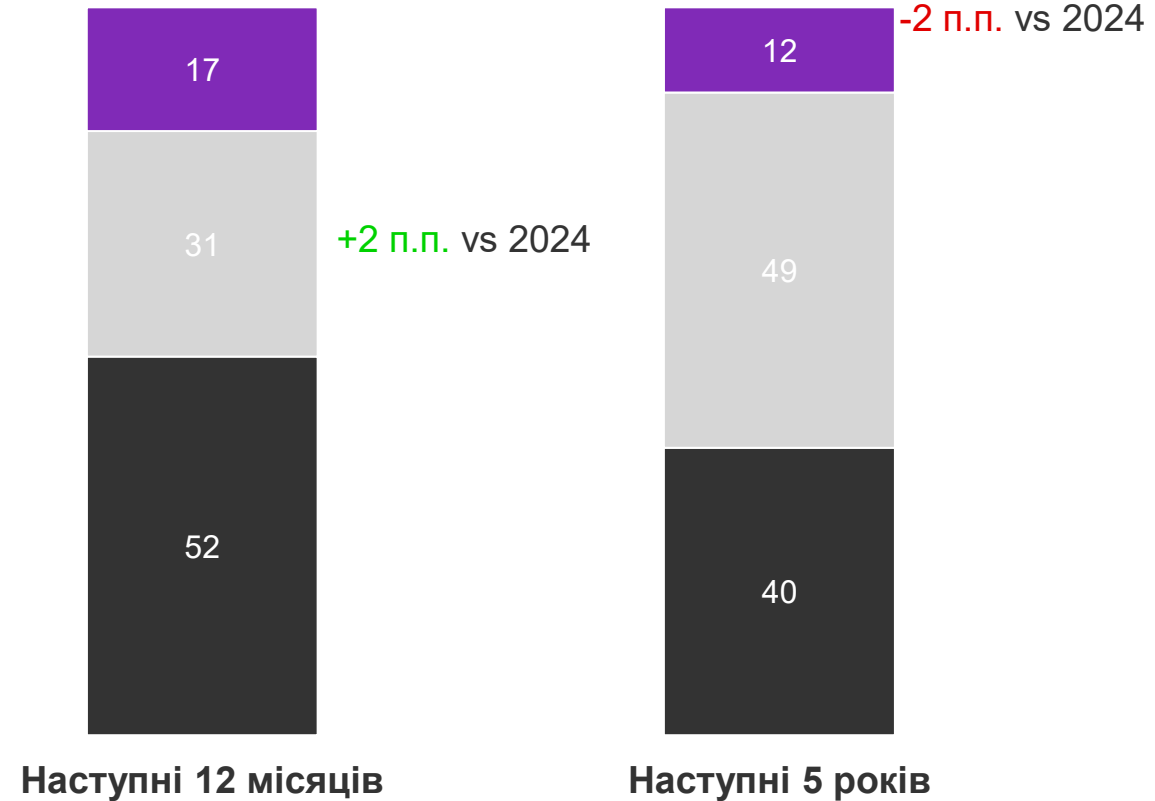
Наступні 12 місяців / 5 років будуть для економіки країни?



■ Хорошим часом

■ Не хорошим, але і не поганим

■ Поганим часом



Матеріальне становище українців 2025



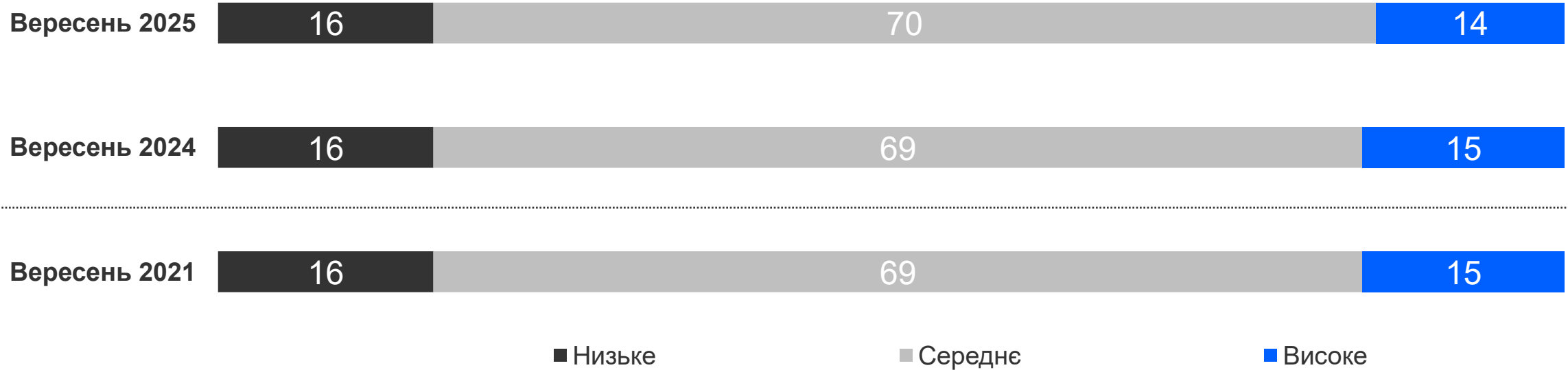
16 % низьке

70 % середнє

14 % високе



Матеріальне становище



2021

2025

2 030 грн

3 075 грн

витрати на комунальні послуги

26% vs **31%** (в 2021)

загального сімейного доходу
залишається після всіх звичайних
регулярних щомісячних витрат

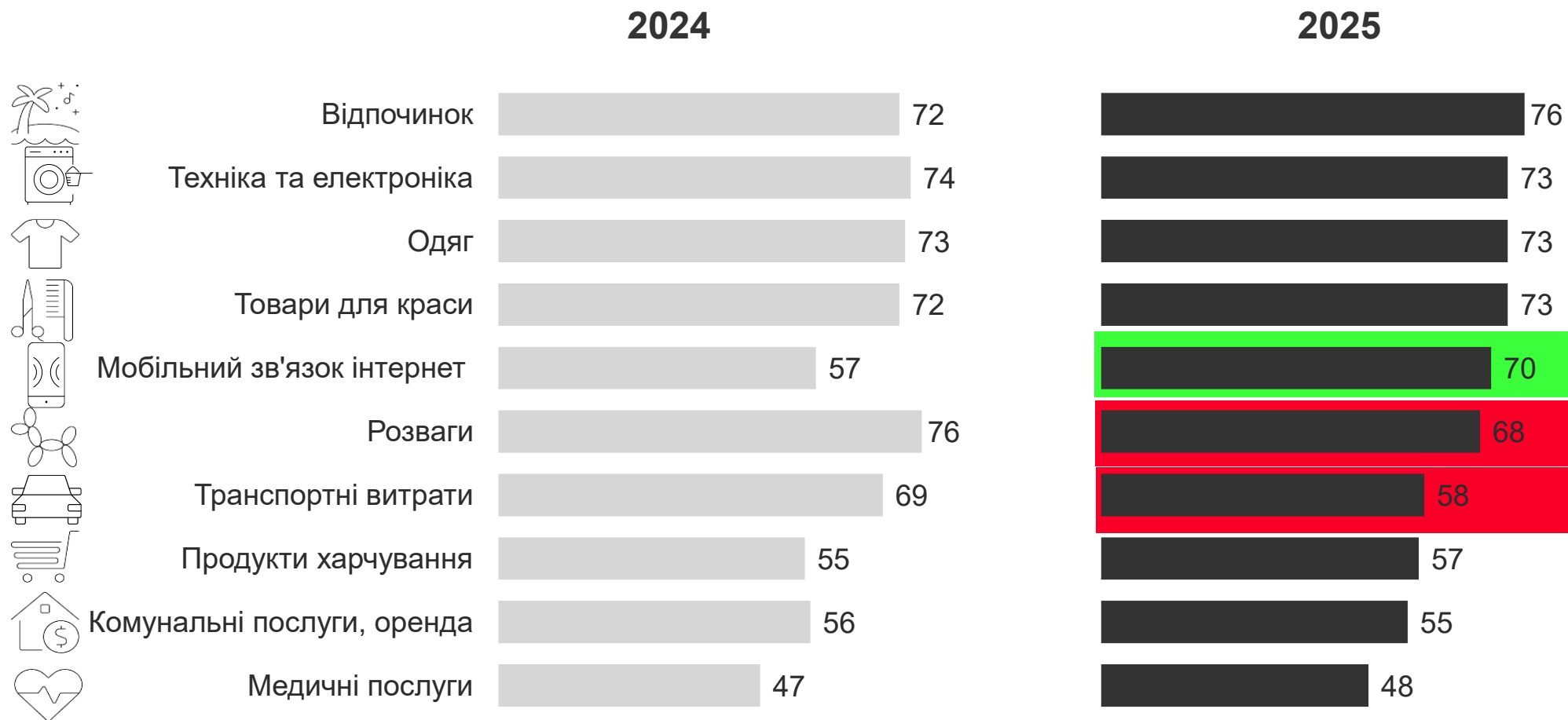


62%

вдаються до
економії

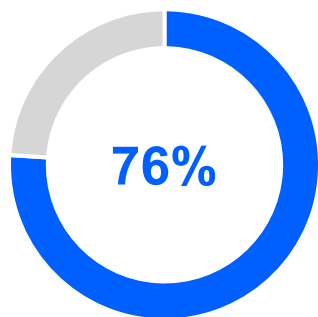


На чому українці економлять:

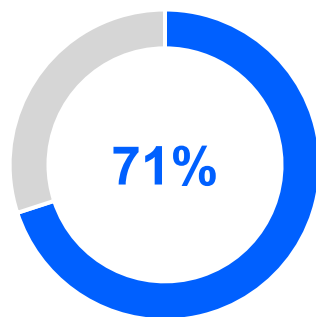


На що згодні українці, щоб заощадити?

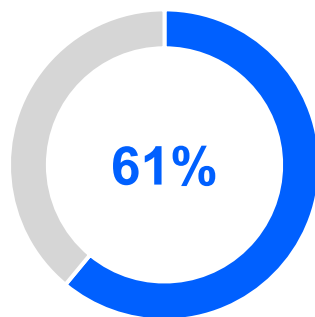
Повністю згодні + скоріше згодні



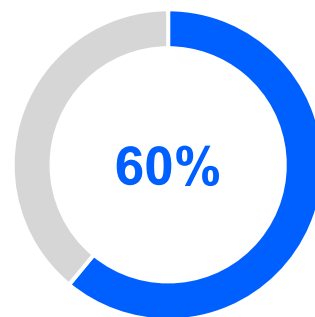
Я можу відмовитися від товарів, послуг, які **можу зробити самостійно**



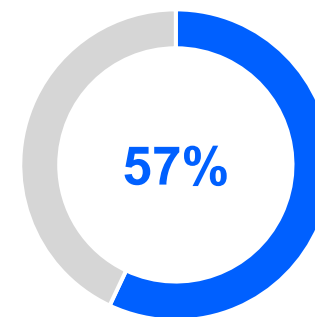
Я завжди шукаю **спеціальні пропозиції, знижки**



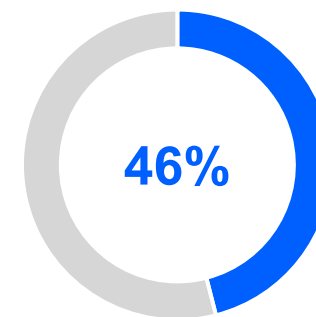
Я обираю товари **в економічній упаковці**, навіть якщо вона менш зручна



Іноді **я купую речі в комісійних магазинах, магазинах "секонд-хенд"**



Щоб заощадити, я можу купити товар **без гарантійної страховки**



Я можу купити **товар гіршої якості**, якщо це дасть можливість заощадити



**Індекс споживацьких
настроїв українців**

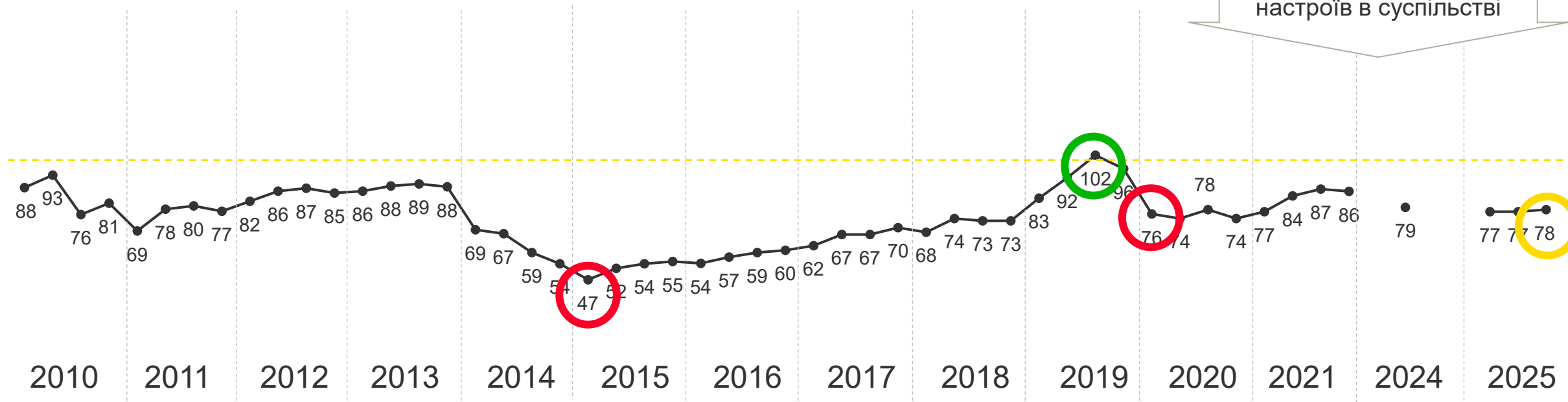
78

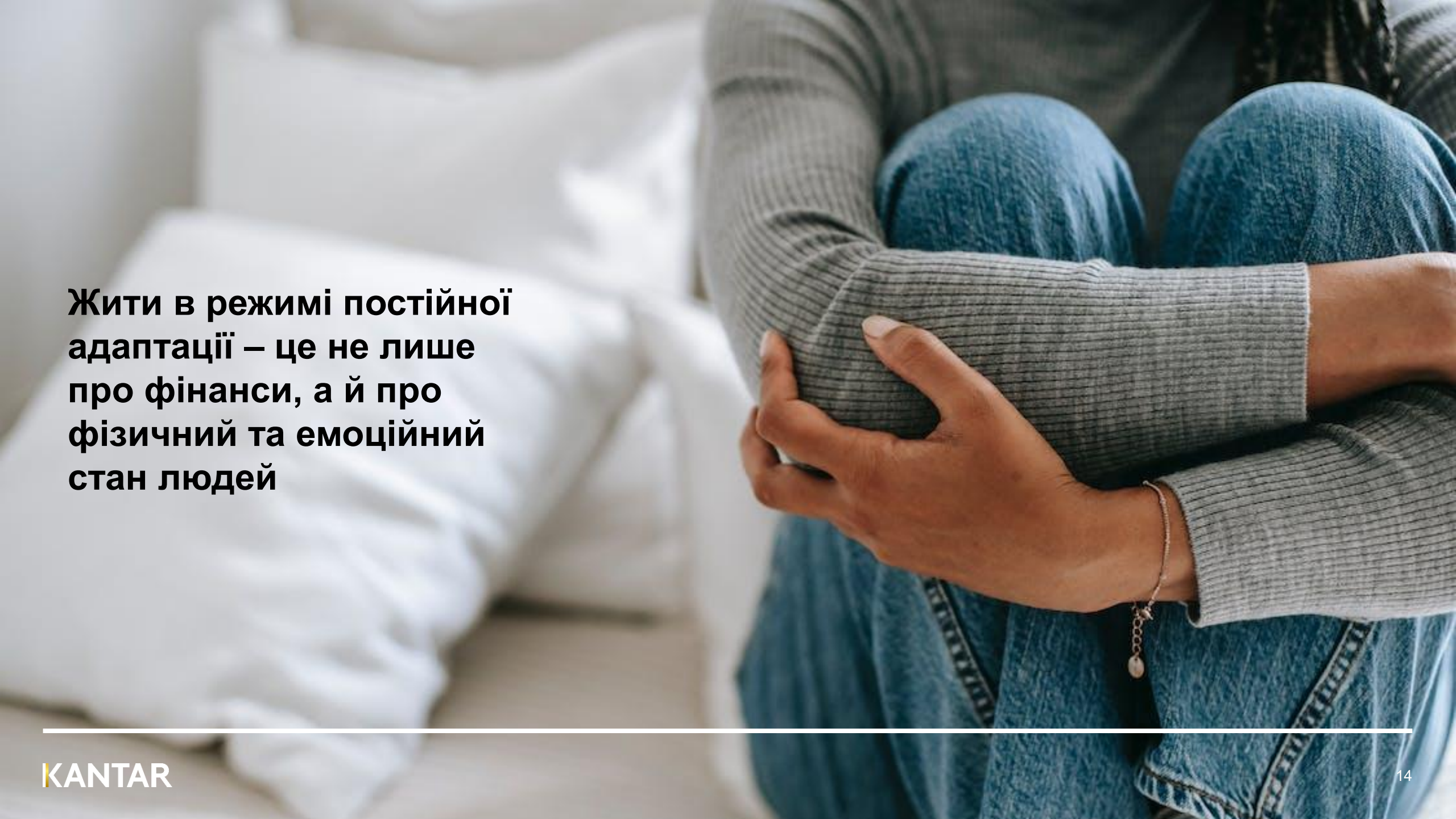
Індекс споживацьких настроїв у розрізі років

Індекс споживацьких настроїв,

— 16-65, 50 тис+

Оцінки нижче 100 –
вказують на переважання
негативних споживчих
настроїв в суспільстві



A close-up photograph of a person sitting on a bed with white linens. The person is wearing a grey ribbed sweater and blue denim jeans. Their arms are crossed over their chest, and they are holding their hands. The background is softly blurred, showing the white pillows and bedding of the bed.

**Жити в режимі постійної
адаптації – це не лише
про фінанси, а й про
фізичний та емоційний
стан людей**

Самопочуття українців погіршилось порівняно з 2021 роком

59% +10 п.п.

Відвідували лікаря за пів року

44% +4 п.п. Державна клініка

22% +6 п.п. Приватна клініка

4% Онлайн консультація

Є серйозні захворювання, через які я постійно відчуваю дискомфорт в повсякденному житті

Я почуваю себе абсолютно здоровою людиною і практично не хворію

Є хронічні захворювання, але вони не постійно турбують мене

Я часто відчуваю нездужання і не дуже задоволений своїм здоров'ям

Іноді я відчуваю незначні погіршення стану здоров'я, але в цілому вважаю себе здоровою людиною

Оцінка стану здоров'я



Хоча б раз на місяць відчувають....



+4 п.п.
vs 2021

44%

Головний біль



+7 п.п.
vs 2021

37%

Підвищена
втомлюваність



+8 п.п.
vs 2021

33%

Безсоння



+4 п.п.
vs 2021

29%

Біль у м'язах, біль у
суглобах, попереку



27%

Депресія та
тривожність

Щоденне дозвілля українців





41%

займаються
волонтерством чи
соціальною
допомогою



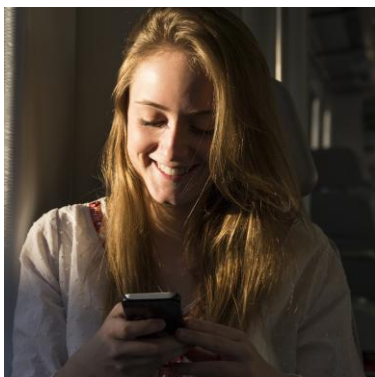
56%

українців 16-65 в 50К+

одночасно дивляться телевізор і
сидять в інтернеті

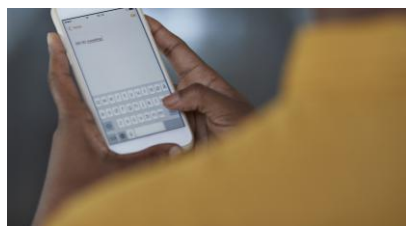
Що вони роблять в інтернеті під час перегляду ТБ?

52



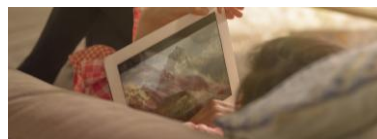
сиджу в соц
мережах

31



читаю новини в
інтернеті

17



дивлюся YouTube

17



спілкуюсь в
месенджерах

14



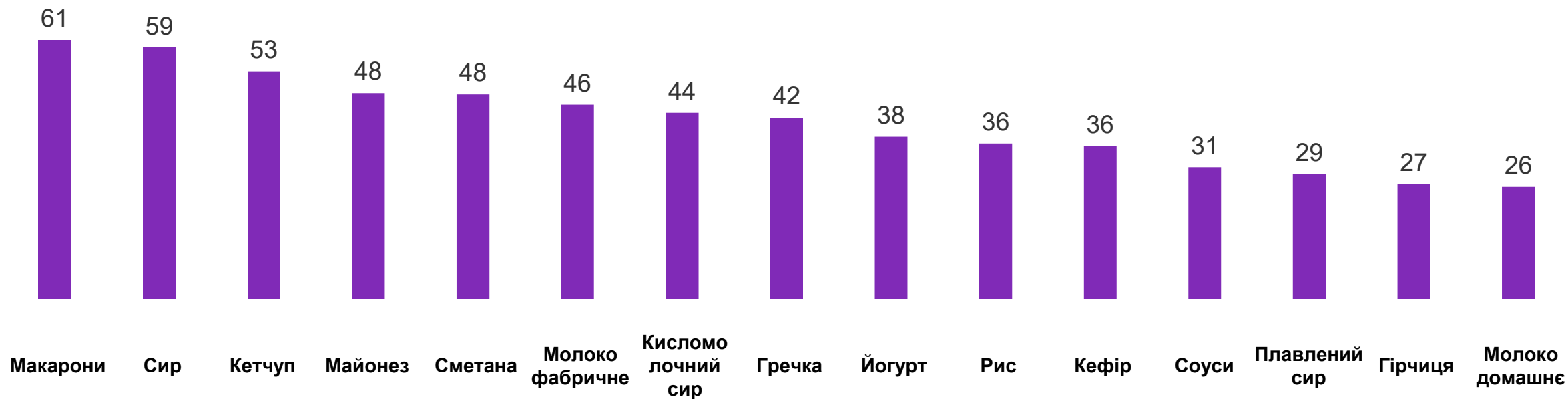
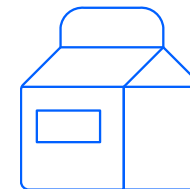
граю в онлайн ігри

Улюблені категорії українців: споживання за тиждень

12%
морепродукти



12%
рослинне молоко




Де українці купують продукти харчування?

59%

українців 16-65 в містах 50К+ купують
продукти харчування в
супермаркетах

16% – на ринках / базарах



A woman with dark hair, wearing a mustard-colored top and light-colored pants, is sitting on a bed. She is looking at a smartphone in her right hand and holding a dark credit card in her left hand. A silver laptop is open on the bed in front of her, and a bright yellow mug is on the bed next to it. The background shows a window with light coming through, and a blue chair is visible behind her.

83%

українців купують
онлайн

52%

купували онлайн за
останні 3 місяці

Вибір і покупка сьогодні відбуваються онлайн – від ліків до товарів у соцмережах

59%

замовляють ліки в онлайн-аптеках і на сайті Tabletki.ua хоча б раз на місяць

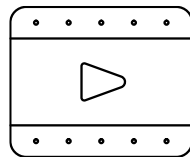
39%

здійснюють покупку в соціальних мережах хоча б раз на місяць



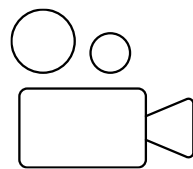
57%

заходять в соціальні
мережі або
месенджери щоденно



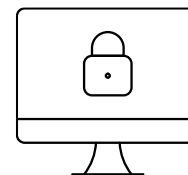
77%

Переглядають відео принаймні
декілька разів на місяць



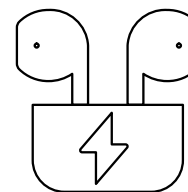
73%

Переглядають кіно / серіали
принаймні декілька разів на
місяць



33%

Грають в комп'ютерні ігри
декілька разів на місяць



30%

Слухають подкасти принаймні
декілька разів на місяць











Аудиторія соціальних мереж і месенджерів за тиждень. ТОП 10

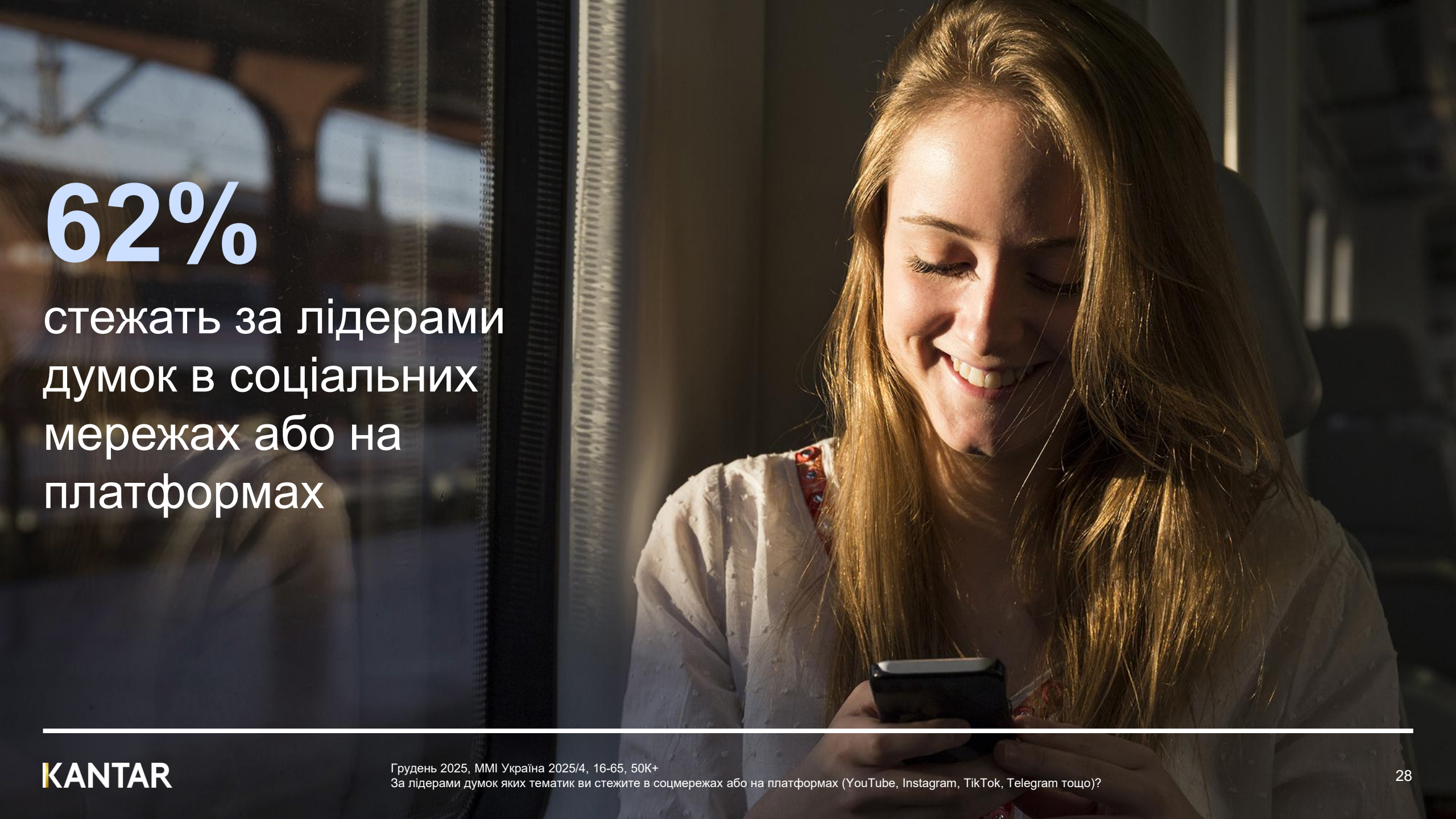
Охоплення в % серед населення 16-65 в містах 50K+

	Telegram	82		WhatsApp	43
	Viber	79		Threads	19
	Facebook	62		Pinterest	18
	Instagram	57		Signal	18
	TikTok	48		Twitter / X	17

ТОП 10 додатків за тиждень, окрім соціальних мереж та месенджерів

Охоплення в % серед користувачів додатками 16-65 в містах 50K+

	YouTube	66		AliExpress	17
	Приват24	42		OLX.ua	16
	Monobank	26		Rozetka	13
	Chat GPT	25		Oschad24	12
	Дія	24		Prom	11

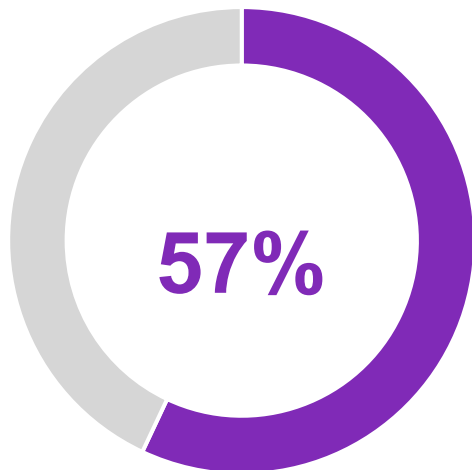


62%

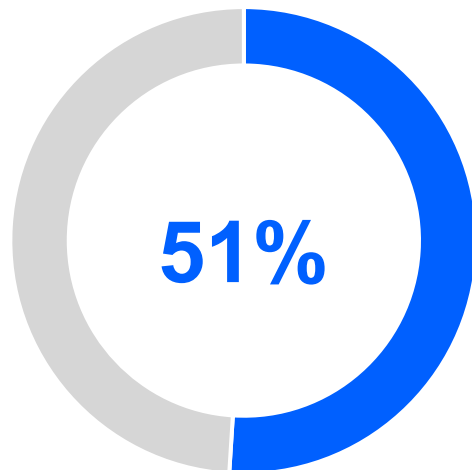
стежать за лідерами
думок в соціальних
мережах або на
платформах

А яке ж ставлення до брендів?

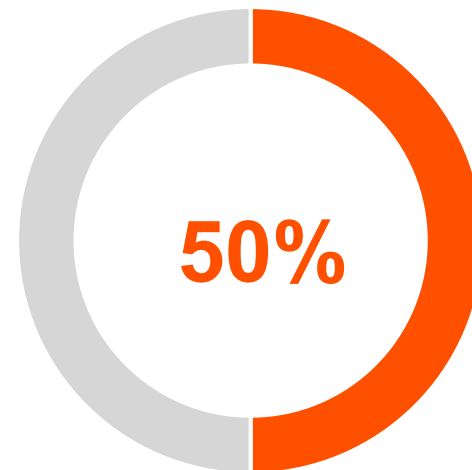
Повністю згодні + скоріше згодні



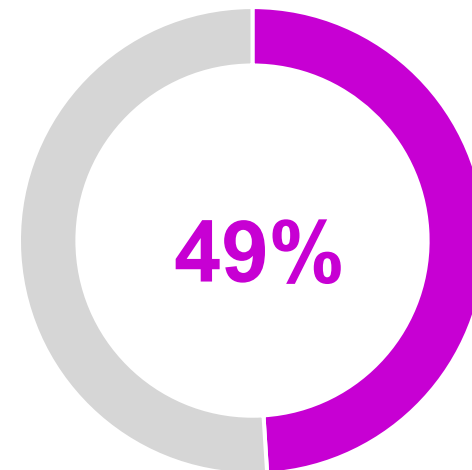
Я з цікавістю читаю статті про нові товари і послуги



На відому торгову марку не шкода додаткових грошей



Я часто купую нову марку товару, щоб просто дізнатися, що це таке



Я дивлюся рекламу, щоб знати про новинки на ринку

ГОЛОВНІ ВИСНОВКИ

1

Українці звикли жити в умовах тривалої нестабільності й не чекають раптових змін: постійна адаптація стала нормою.

2

Фінансова обережність визначає більшість рішень – контроль витрат і зважені покупки замість імпульсивності.

3

Українці хочуть економити, але не готові жертвувати якістю.

4

Онлайн і офлайн співіснують: вибір і порівняння – в диджиталі, покупки – там, де зручно в даний момент.

5

Від брендів люди хочуть простих, зрозумілих рішень і реальної допомоги в щоденному житті.

Що робити брендам?

Робіть все зрозуміло: продукти, тарифи, умови і спілкування мають бути простими

Пояснюйте вигоду прямо: за що я плачу і що отримую кожного дня

Будьте поруч у звичних для людей місцях і форматах

Будуйте довіру через реальний досвід, а не обіцянки

Дякуємо за увагу!

З усіх питань
звертайтеся до

Ірина Кушніренко

iryna.kushnirenko@kantar.com

Ольга Капустян

olha.kapustian@kantar.com

Kantar | вул. Сім'ї Прахових, 52 | 044 201 10 15 | www.kantar.com