



Бізнес, торгівля та послуги у Херсоні

Результати соціологічного дослідження громадської думки мешканців Херсонської міської громади

Дослідження проведено БО «Фонд громади міста Херсон «Захист» в рамках Програми сприяння громадській активності «Долучайся!», що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) та здійснюється Pact в Україні. Зміст продукту є винятковою відповідальністю Pact та його партнерів і не обов'язково відображає погляди Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) або уряду США.

Відтворення та використання будь-якої частини цього продукту в будь-якому форматі, включаючи графічний, електронний, копіювання або використання будь-яким іншим способом з обов'язковим посиланням на джерело.

Загальна інформація про дослідження

Методологія: онлайн-опитування за інтерактивною структурованою анкетною, посилення на яку відправлялося потенційним респондентам із бази даних (дослідницької онлайн-панелі Херсонської громади). Вибірка сформована на основі демографічних показників станом на 1 січня 2022 року. За таких показників похибка дослідження не перевищує 5% з вірогідністю 0.95. У вибірці представлені як херсонці, які зараз знаходяться в громаді, так і ті, хто виїхав з Херсона після 24.02.2022 і перебуває зараз в інших областях України або за кордоном. Офіційні дані щодо міграцій херсонців наразі відсутні, тому немає можливості оцінити представленість у вибірці респондентів за цією ознакою, проте існують підстави вважати, що співвідношення у вибірці респондентів, які залишились в громаді є більшим, ніж у реальності, що може впливати на результати дослідження.

Мета дослідження: оцінка ставлення херсонців до деяких аспектів, які стосуються ведення бізнесу у місті, ситуація зі забезпеченням містян товарами і послугами та оцінка перспектив підприємництва в Херсоні.

Обсяг вибірки: 415 респондентів.

Терміни проведення польового етапу: з 15 по 31 січня 2024 року.

Замовник дослідження: Фонд громади міста Херсон «Захист».

Виконавці дослідження: Олег Сінаюк (ТОВ Нью Імідж Маркетинг Груп, директор), Микола Гоманюк (Херсонське обласне відділення Соціологічної асоціації України, голова), Ігор Даниленко (ТОВ Нью Імідж Маркетинг Груп, аналітик).

Дослідницька група продовжує роботу над збільшенням та вдосконалення онлайн-панелі мешканців Херсонської міської громади з метою її максимального наближення до показників генеральної сукупності і запрошує усіх херсонців долучатися до панелі. Це можна зробити за посиланням: <https://lemur.ua/sign-up>

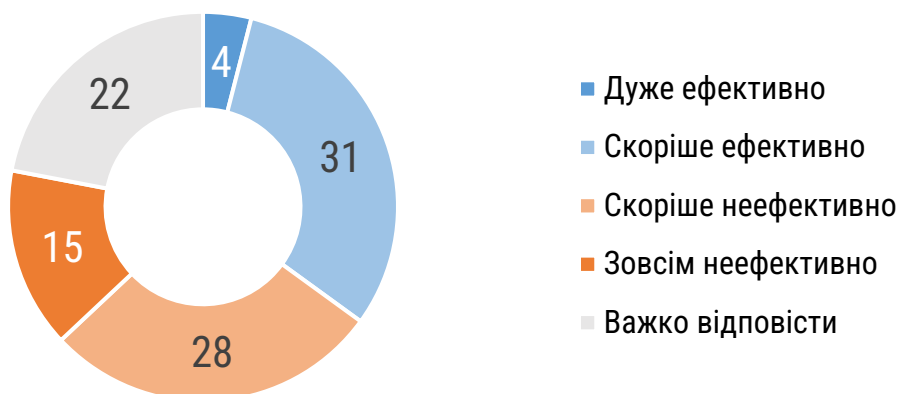
Ключові результати

- У процесі оцінювання діяльності херсонських підприємців у 2023 році думки опитаних розділилися приблизно навпіл. Менша частина (35%) вважає, що херсонський бізнес впорався зі своїми задачами, а більша частина (43%), що ні (22% респондентів не змогли зробити таку оцінку). При цьому більш високу оцінку херсонським підприємцям давали ті, хто зараз знаходиться у місті – тут спостерігається майже паритет позитивних та негативних оцінок – 40% на 42%. У херсонців з числа мігрантів це співвідношення 29% на 44%.
- До трійки товарів, з пошуком яких у опитаних виникали складнощі в Херсоні, потрапили одяг та взуття (37% відчували їх дефіцит), ліки (31%) та будівельні матеріали (30%). Також до трійки найбільш дефіцитних товарів наблизилися електроніка та побутова техніка – 27% відчували її дефіцит. До трійки послуг, з отриманням яких у опитаних виникали складнощі, потрапили громадський транспорт (45%), ремонт побутової техніки (44%) та інтернет-зв'язок (43%).
- У сфері торгівлі опитані бачать у сучасних умовах у пріоритетах розвитку торгівлю будівельними матеріалами, продуктами харчування та ліками, причому таке бачення більше виражене серед тих, хто зараз знаходиться не в місті. У сфері послуг пріоритетними видами бізнесу стали: послуги з ремонту будівель (71%), перевезення громадським транспортом (59%) та ремонт побутової техніки (53%).
- Щодо зв'язку між роздачою гуманітарної допомоги та бізнесом у Херсоні, то 61% вважає, що гуманітарка ніяк не впливає на веденням бізнесу у місті, 23%, що сприяє, а 26%, що шкодить.
- 15% опитаних заявила, що планує відкрити свій бізнес після припинення обстрілів у місті – 5% точно, а 10% – радше планує. Тут виявилися суттєві відмінності між тими, хто лишається у місті, і хто залишив місто. Серед тих, хто в місті, трійка пріоритетів виглядає так: громадське харчування – 23%, торгівля продуктами харчування – 14% і виробництво теж 17%. Серед тих, хто перебуває зараз в інших населених пунктах трійка пріоритетів така: виробництво – 20%, косметологічні послуги – 19%, будівництво та ремонт – 16%.

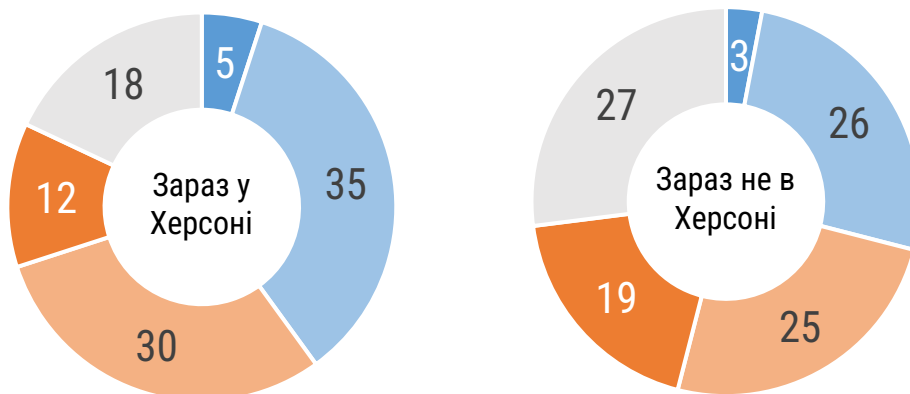
Розподіл відповідей

Громадська оцінка роботи херсонського бізнесу (N = 415), %

Q.: У цілому наскільки ефективно, на Вашу думку, херсонський бізнес задовольняв потреби херсонців протягом останнього року?



Громадська оцінка роботи херсонського бізнесу серед тих, хто залишається в місті, та серед тих, хто виїхав, %



Дефіцит товарів у Херсоні (N = 415), %

Q.: Дефіцит (складнощі з пошуком) яких товарів ви або ваші родичі відчували в Херсоні протягом останнього року? (кожний варіант відповіді містив додаткове питання, який саме товарів бракує)

*Множинний вибір



Щодо дефіциту окремих груп товарів

Одяг / взуття. Взуття / тепле взуття, верхній теплий одяг / куртки, пальта, термобілизна, білизна, дитячий одяг, спортивний одяг / кросівки, джинси тощо. Загалом «не вистачає якісного одягу та взуття», «майже відсутній асортимент будь-якого одягу», «немає одягу та взуття потрібного розміру», «немає актуального сезонного одягу», «речі довоєнного асортименту, не оновлюють», «завищені ціни», «майже відсутні магазини з одягом та взуттям».

Ліки. Бракує різних ліків. Зокрема це антибіотики, антисептики, ліки для зменшення тиску, для серця і судин, для онкохворих, для діабетиків, проти шкірних захворювань, знеболювальні, для очей / вуха, краплі для носу, протівірусні / проти застуди, антидепресанти, проти алергії, лікувальні косметичні засоби, рецептурні ліки. Деякі коментарі: «дефіциту немає, просто вартість на 20-40% вище, ніж в інших регіонах», «рік тому всі ліки були в дефіциті, зараз краще, але й ціни підвищились».

Будівельні матеріали. Важко знайти усі будівельні матеріали. Зокрема матеріали для покрівлі / шифер, вікна / двері, ОСБ плити / плівка для вікон / скло, фанера / дошки / деревина / ДСП, цвяхи, цегла, клей, цемент, штукатурка, сантехніка, монтажна піна,

бітумна стрічка, інструменти для ремонту тощо. *«Відкрито мало магазинів з будівельними матеріалами та маленький асортимент».*

Електроніка та побутова техніка. Комп'ютери / ноутбуки / периферійна техніка, портативна техніка: мобільні телефони / планшети / електронні книжки, комплектуючі для комп'ютерної техніки, комплектуючі та аксесуари для портативної техніки, повербанки, автономні світильники, генератори, кухонна техніка, сантехніка / бойлери, обігрівачі, пральні машини, пилососи, холодильники / морозильні камери тощо.

Продукти харчування. Найчастіше називали м'ясо, м'ясні вироби та молочні продукти. Крім цього, риба, яйця, свіжі овочі / зелень / фрукти, хліб, крупи, кофе. Деякі коментарі: *«збільшення цін на усе, не дефіцит, а більше відмова від базових продуктів», «загальний вибір зменшився», «як такого дефіциту немає, просто вартість на 15-30% вище ніж в інших регіонах, до війни такого не було», «не працює багато магазинів».*

Товари для дітей. Одяг і взуття, іграшки, книжки, шкільні товари, товари для немовлят: підгузки, суміші / дитяче харчування, візочки, ліжечка, ванночки тощо. *«Можна було, звичайно, замовити в інтернет-магазині, але в місті було важко знайти».*

Побутова хімія. Пральний порошок (*«непідробні пральні порошки днем з вогнем не знайти»*), мийні засоби, засоби для чищення, освіження повітря, засоби для пральних та посудомийних машин, засоби від плісняви.

Засоби особистої гігієни. Підгузки, засоби жіночої гігієни, засоби для гоління, зубна паста, засоби догляду за тілом та волоссям (шампуні, кондиціонери, креми, гелі, дезодоранти тощо), фарба для волосся тощо. Зазвичай йдеться про товари певних брендів, продукцією яких звикли користуватись.

Канцелярські товари. Папір, картон, маркери / фломастери, товари для малювання і творчості: альбоми, фарби тощо, зошити, олівці, ручки, книжки та підручники, бухгалтерські книг та бланки, приладдя для діловодства.

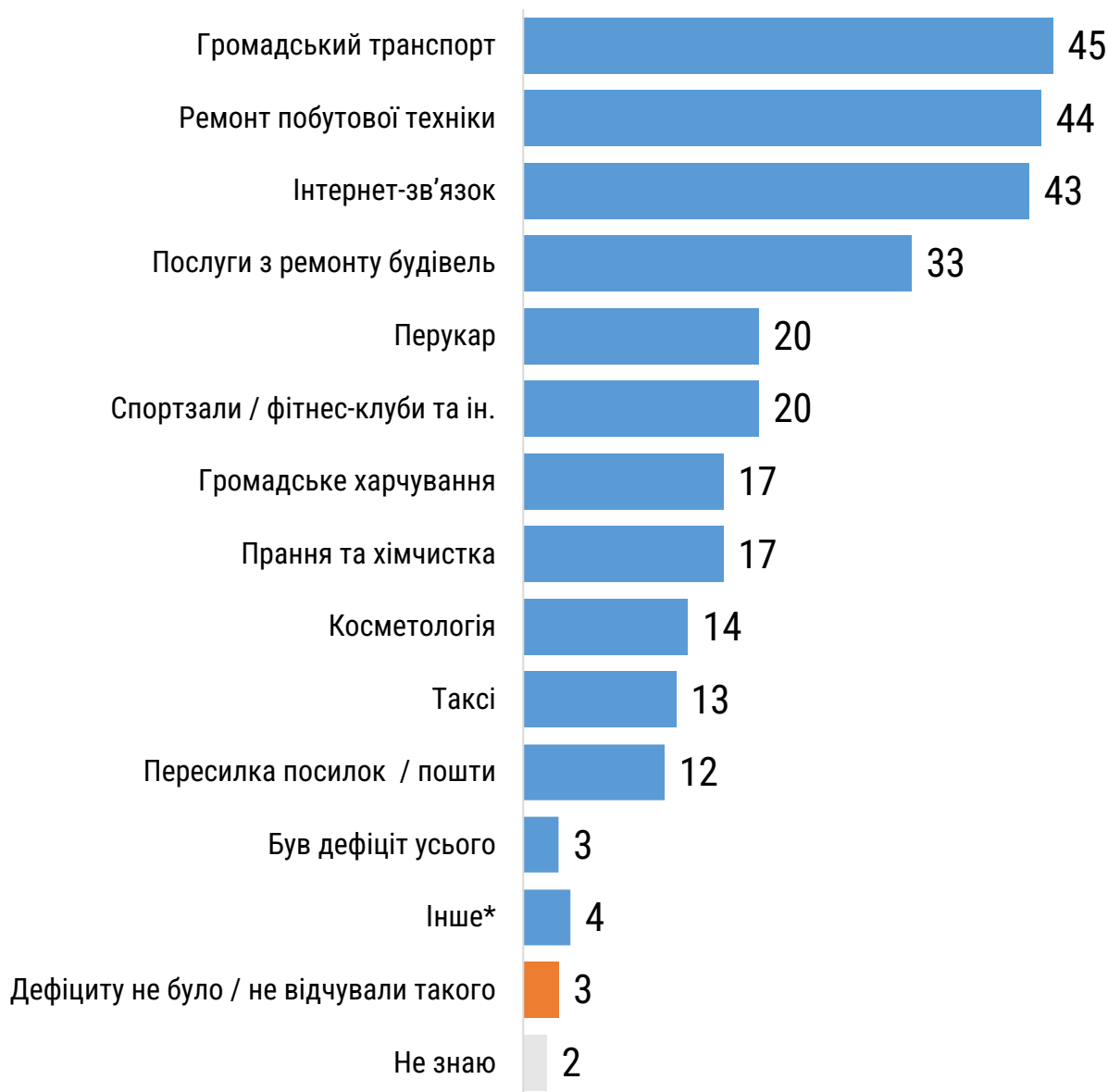
Інші товари. Меблі, посуд, засоби для манікюру, запчастини, дрова та вугілля, паливо, сигарети, контактні лінзи, товари для домашніх тварин, товари для рукоділля, фурнітура для шиття тощо.

Деякі загальні коментарі: *«багатьох товарів не було, а якщо і були, то коштували забагато», «високі ціни, тому за потреби замовляємо через інтернет», «основна частина покупок перейшла в інтернет», «якщо є гроші, то все можна придбати».* Також лунало доволі багато суперечливих коментарів: з одного боку *«дефіциту не було, не відчули / всього вистачало»*, з іншого — *«на все зараз великий дефіцит».*

Дефіцит послуг у Херсоні (N = 415), %

Q.: Дефіцит (складнощі з отримання) яких послуг ви або ваші родичі відчували в Херсоні протягом останнього року?

*Множинний вибір



* Інші відповіді: медичні послуги / обстеження / стоматологія, юридичні послуги, ремонт взуття, засоби захисту від обстрілів

Громадська оцінка пріоритетів херсонського торгівельного бізнесу (N = 415), %

Q.: Розвиток якого бізнесу в сфері торгівлі ви вважаєте пріоритетними в Херсоні в сучасних умовах?

*Множинний вибір



Громадська оцінка пріоритетів херсонського сервісного бізнесу (N = 415), %

Q.: Розвиток яких видів бізнесу в сфері послуг ви вважаєте пріоритетними в Херсоні в сучасних умовах?

*Множинний вибір

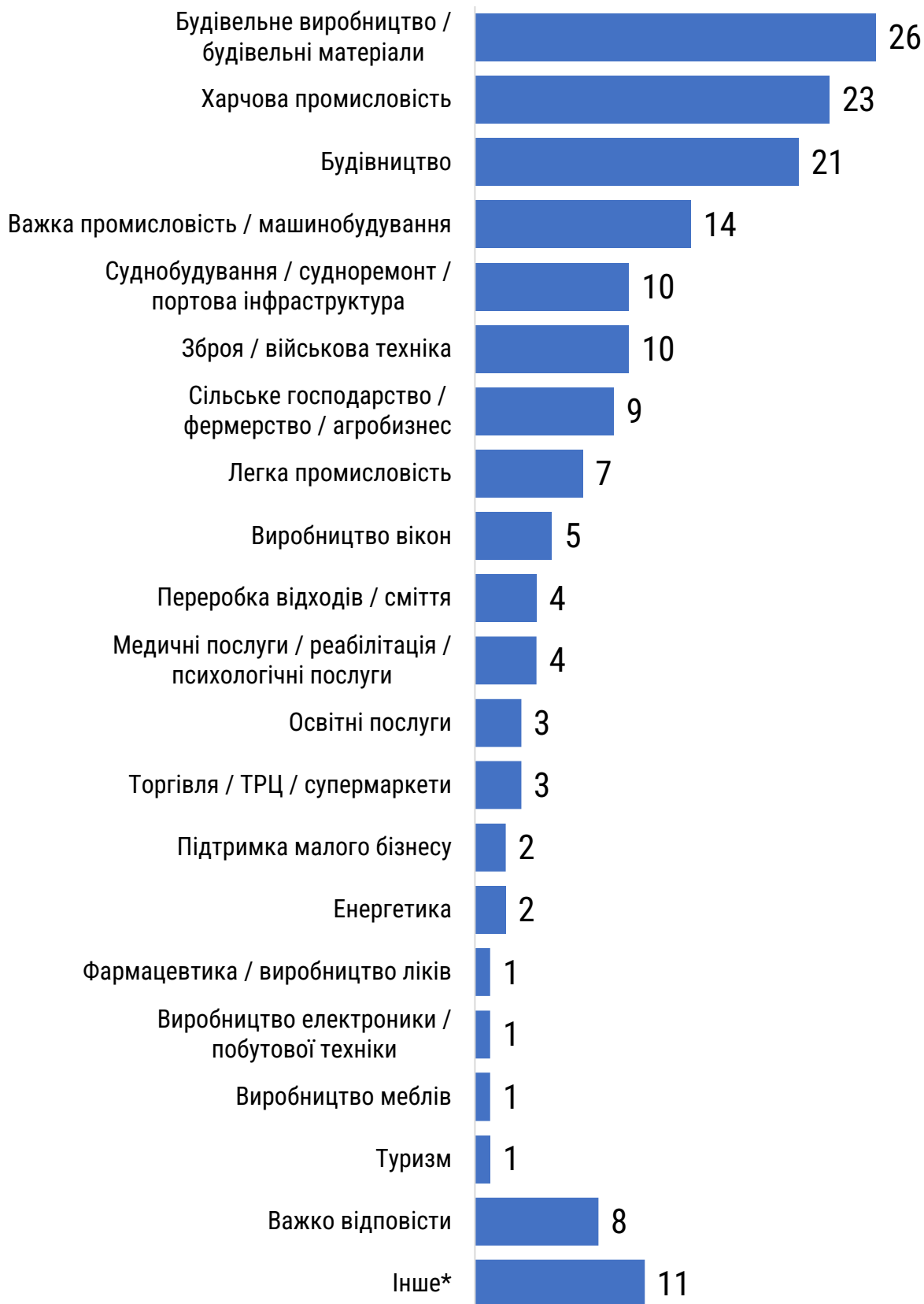


* Інші відповіді: ТРЦ, освітні, усі перераховані / різні, жодних / у сучасних умовах це неможливо

Громадська оцінка пріоритетів виробництва (N = 415), %

Q.: Як ви вважаєте, яке виробництво потрібно відкривати в Херсоні після припинення обстрілів? (%)

*Відкрите запитання. Множинні відповіді

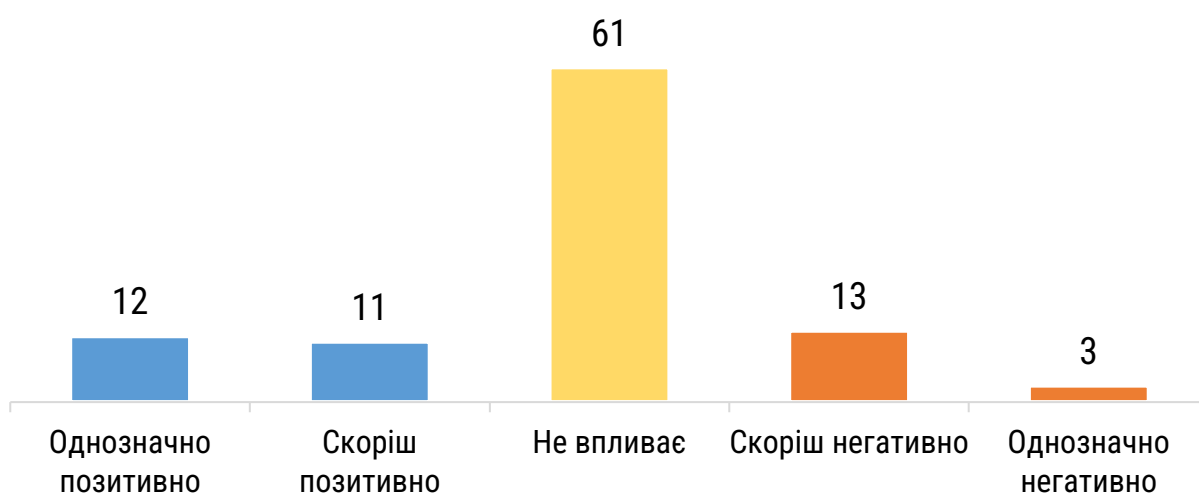


*** Інші відповіді:** Потрібно усі виробництва. Треба багато чого, щось одне не врятує місто. Будь-які, щоб приваблювати жителів Херсону повертатися додому. Нарощування виробництво може надати робочі місця і в цілому позитивно вплине на розвиток міста. Відновити хоча б те, що було. Усі виробництва, які були до війни. Потрібно відбудовувати те, що зруйновано. Усі що були, і нові.

Оцінка впливу роздачі гуманітарної допомоги та надання безплатних послуг на ведення бізнесу в Херсоні (N = 415), %

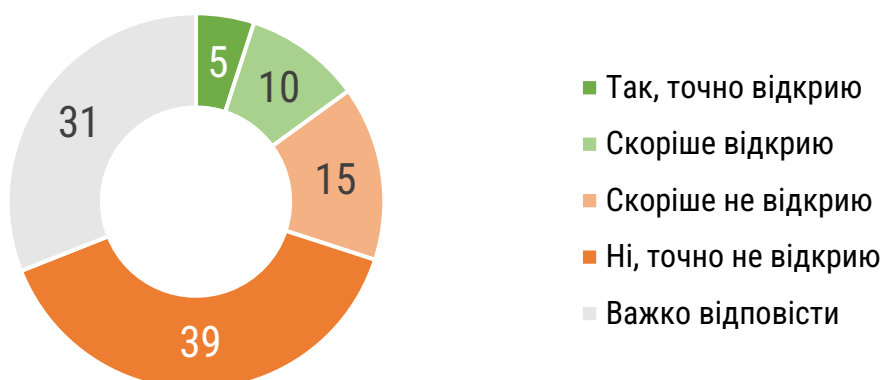
Q.: Як ви вважаєте, як роздача гуманітарної допомоги та надання безплатних послуг впливає на ведення бізнесу в Херсоні?

*Множинний вибір



Бізнес-плани херсонців (N = 415), %

Q.: Чи плануєте ви відкривати власний бізнес в Херсоні після припинення обстрілів?



Галузі бізнес-планів херсонців (N = 63), %

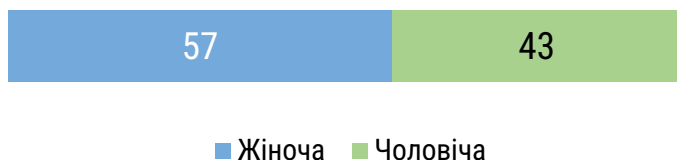
Q.: Який саме це бізнес? (ті, хто розглядають можливість відкриття власного бізнесу в Херсоні,

*Множинний вибір

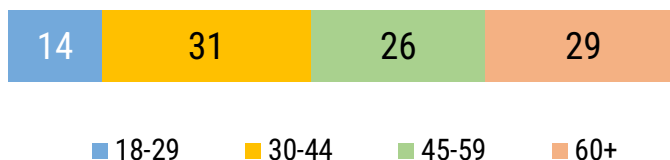


Портрет респондентів

Стать, %



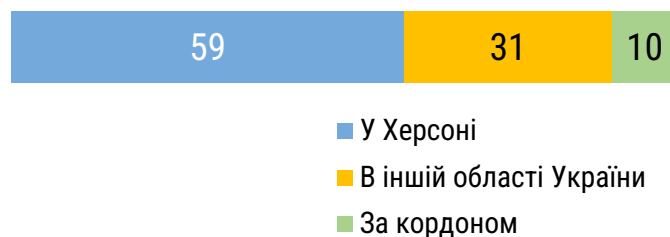
Вік, %



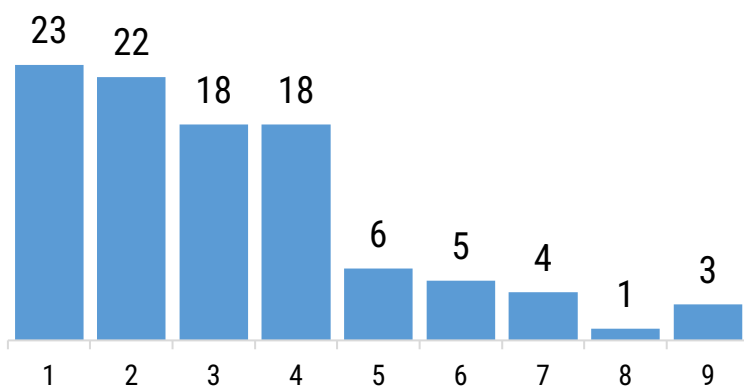
Проживання до 24.02.2022, %



Проживання зараз, %



Тип зайнятості на даний час, %



1. Пенсіонери
2. Безробітні, зайняті домашнім господарством, доглядом за дітьми
3. Працюють за наймом у ПРИВАТНІЙ компанії / підприємстві / організації
4. Працюють на ДЕРЖАВНОМУ чи КОМУНАЛЬНОМУ підприємстві / установі / організації
5. Фрілансери / самозайняті
6. Студенти
7. Підприємці
8. Волонтери
9. Інше

Переселенці в інших областях України, %

Одеська	8
Київська	4
м. Київ	4
Дніпропетровська	3
Вінницька	3
Миколаївська	3
Рівненська	2
Черкаська	1
Івано-Франківська	1
Львівська	1
Інші області	4
Разом	34

Переселенці за кордоном, %

Польща	4
Німеччина	2
Велика Британія	1
Інші країни	4
Разом	11