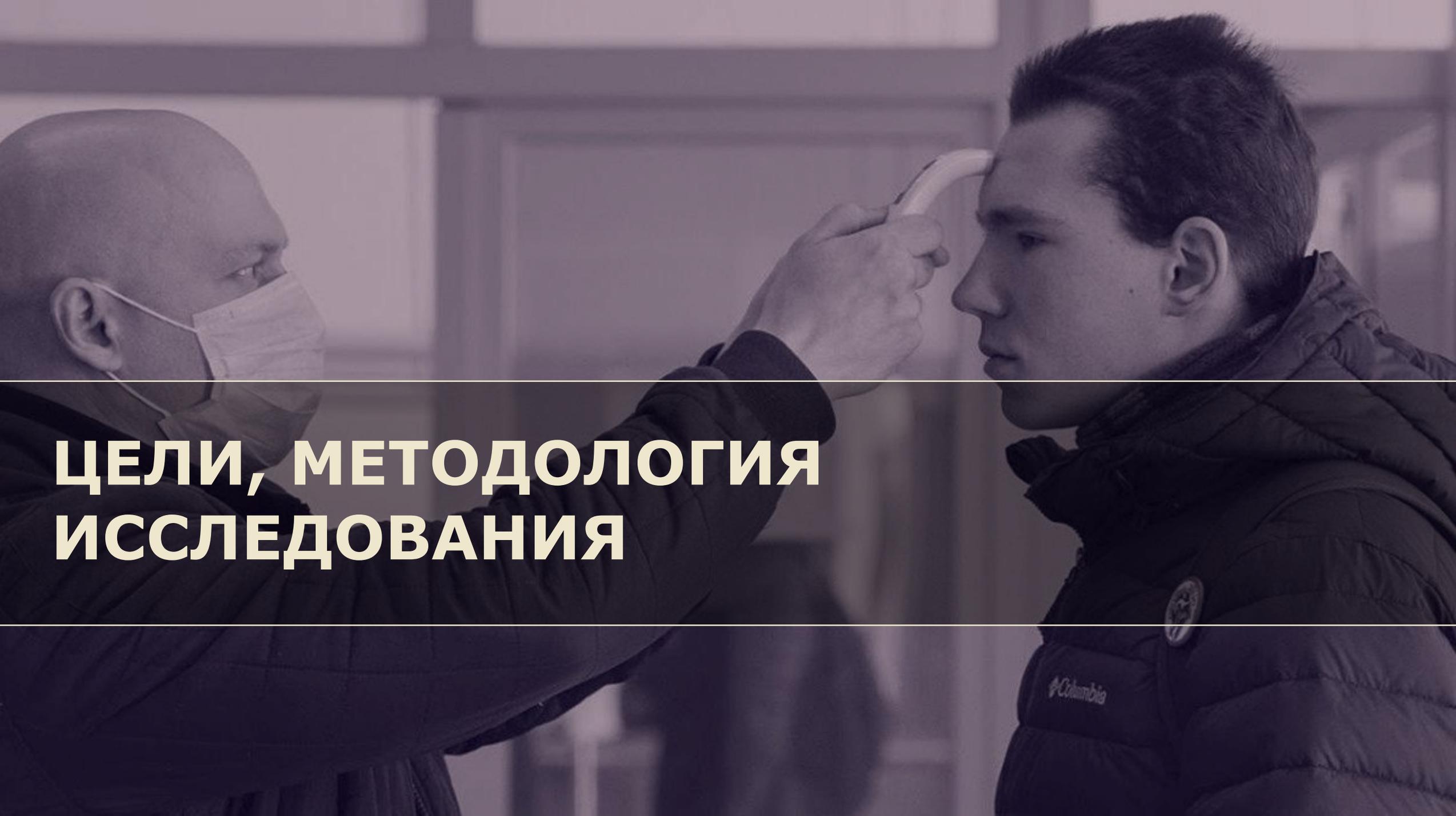


# НОВЫЙ ДИВНЫЙ МИР

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



# ЦЕЛИ, МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

# Цель исследования: понять, как меняется жизнь людей во время карантина

## КАК АДАПТИРУЮТСЯ

разные социальные группы к новым условиям?

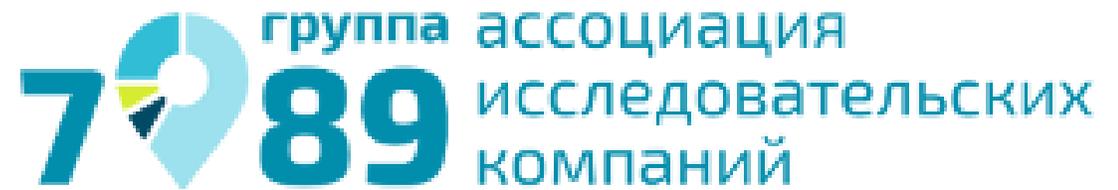
## ЧТО ИЗМЕНИТСЯ

в поведении людей при поиске работы? покупках? сбережениях?

## ПЕРСПЕКТИВЫ

Каким люди видят новый мир после карантина?

# Инициаторы исследования



# Исследование провели компании в 11 городах России\*



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЮЖНЫЙ ЦЕНТР  
**ВОЛГОГРАД**



Qualitas  
**ВОРОНЕЖ**



**ЕКАТЕРИНБУРГ**



**КАЗАНЬ**



**САМАРА**



**Радость  
понимания**  
**МОСКВА**



**ТУЛА**



**ИЖЕВСК**



**КРАСНОЯРСК**



**КОНТЕКСТ**  
исследовательский центр

**ТОМСК**



ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ  
МАРКЕТИНГОВЫЙ ЦЕНТР

**МОНИТОРИНГ**

**ВЛАДИВОСТОК**

# Целевая аудитория исследования и методология

- Всего было проведено:
  - **25 онлайн фокус-групп**, длительностью до 2,5 часов, до 6 участников в каждой
  - **20 глубинных онлайн интервью**, длительностью до 1,5 часов
- Исследование охватывало следующие категории людей:



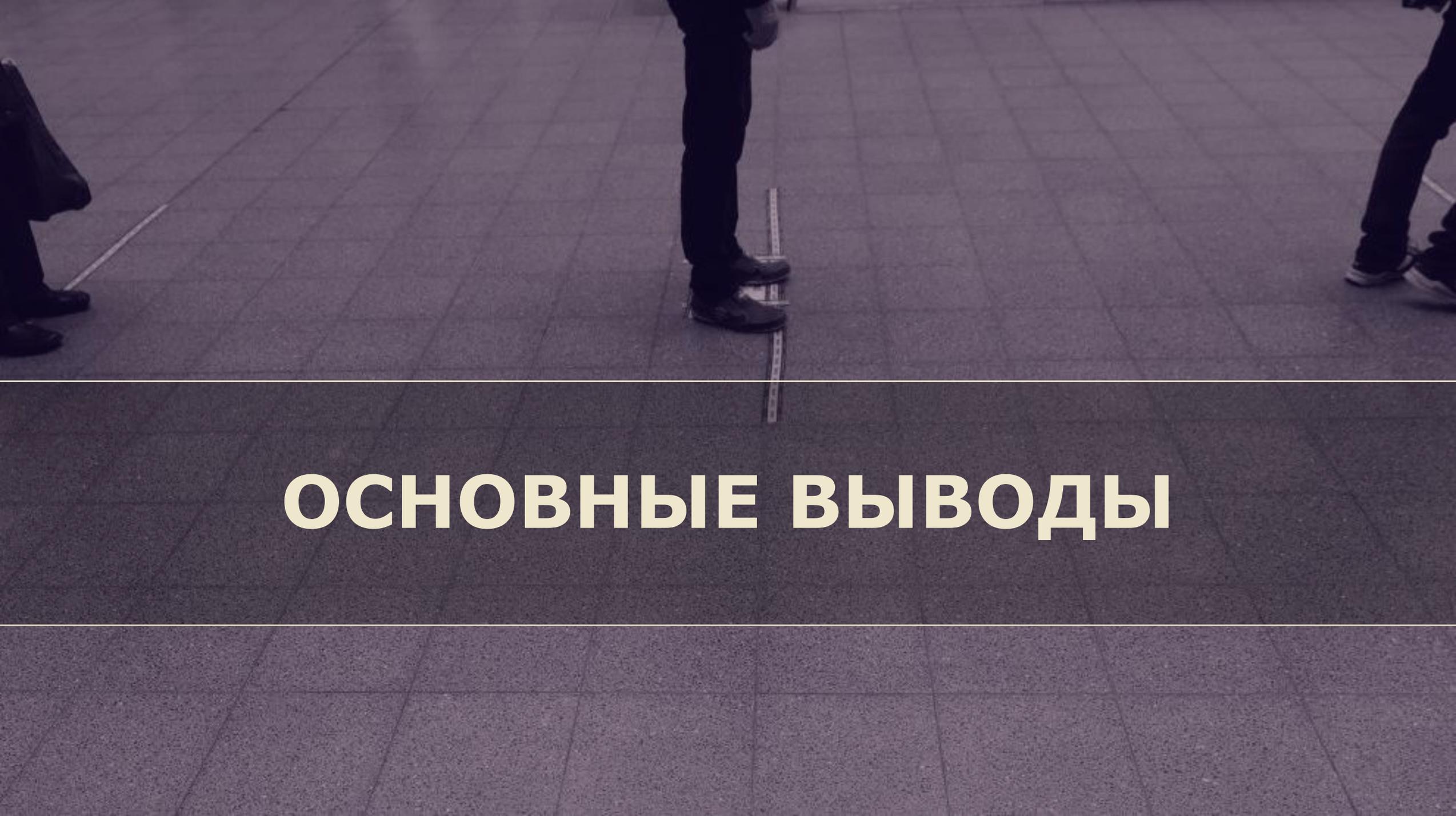
## ПО ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ

- Мужчины и женщины
- 
- Молодежь: 18-25 лет
- Люди среднего возраста: 26-55 лет
- Пенсионеры: 55+
- 
- Одинокие
- В браке
- С детьми



## ПО ЗАНЯТОСТИ

- Потерявшие работу/ доход
- Работающие удаленно
- Работающие в «обычном» режиме, в том числе таксисты, продавцы, курьеры
- Домохозяйки
- 
- Самозанятые
- Наемные работники
- Владельцы бизнеса
- 
- Государственный сектор
- Частные предприятия



# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

## «ВРЕМЯ ЕСТЬ, А ДЕНЕГ НЕТ (И В ГОСТИ НЕКУДА ПОЙТИ)»

Большинство людей находятся в состоянии напряжения, стресса, тревоги, и это состояние усиливается с развитием пандемии, углублением режима самоизоляции и нарастающими финансовыми проблемами

Во многом это состояние связано с потерей чувства контроля над своей жизнью, отсутствием возможности планировать ее и принимать независимые решения

Люди столкнулись с глобальными природными и экономическими процессами, на которые не могут повлиять и масштаб которых не сравним с тем, что им приходилось переживать ранее

# ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ (1)

Сейчас людям хочется вернуть прежнюю жизнь и прежнюю работу. Однако на будущее они могут начать пересматривать сферу своей деятельности, искать работу, где смогут меньше зависеть от работодателя или будут уверены в его стабильности



## НАЕМНЫЙ СОТРУДНИК

- Государственный сектор
- Производство/ продажа продуктов питания



## НЕЗАВИСИМОСТЬ / ПОЛНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА СВОЮ ЖИЗНЬ

- Освоение востребованного ручного труда, например, столярные работы, сфера парикмахерских услуг и салонов красоты: сейчас закрыты, но после окончания карантина будут востребованы, могут приносить хотя бы небольшой доход
- Свой бизнес или любые профессии, допускающие фриланс

## ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ (2)

После адаптации к условиям, перспектива постоянной удаленной работы может стать привлекательной

Если в режиме самоизоляции такой формат связан с рядом трудностей, то в рамках обычной жизни работа из дома лишается большинства недостатков (эмоционального стресса, постоянного присутствия детей, требующих внимания и т.д.)

При этом такой формат работы дает большее ощущение свободы и высвобождает время на занятие личными делами, избавляет от ощущения «как белка в колесе»

## ОБНОВЛЕННАЯ ИЛИ НОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ (1)

В период режима самоизоляции многие приобрели новый опыт повседневного видео-общения с друзьями, коллегами и родственниками

Для большинства людей online канал стал главным способом не только общения, но и представления себя миру

Если раньше наши представления и способы репрезентации себя реализовывались в двух мирах – off- и online, то теперь активно доминирует лишь один, с его большими возможностями: от фонов в Zoom до конструирования своего образа без проявления и подтверждения его в офлайне

## ОБНОВЛЕННАЯ ИЛИ НОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ (2)

У людей, за исключением пенсионеров, драматически меняются социальные параметры идентичности (доход, профессиональный, социальный статус) и психологическое состояние

Как будут группироваться и сегментироваться люди, потребители с обновленной системой потребностей и возможностей – большой вопрос, без изучения которого очень непросто быть эффективным на рынке и, особенно, в коммуникациях с человеком. Границы между сегментами могут оказаться и непроницаемыми

# ГРАНИЦЫ

Личные, социальные, психологические, географические

Представления о них меняются. Другой человек, регион, другое место, город – вместо объекта интереса и влечения становятся «источником заразы», актуализирующим идею установления и поддержания границ, особенно личных

В качестве противовеса «работают» желания и мечты об их отмене

С какими представлениями о комфортных и безопасных границах повседневных взаимодействий мы останемся – также очень важный вопрос, требующий изучения и постоянного внимания

## ТЩЕТА ЭКОНОМИКИ НЕВЛАДЕНИЯ

Собственная квартира, дом, дача, автомобиль оказываются главными ресурсами для устойчивости, защищенности, а с автомобилем – мобильности и важнейшей степени свободы передвижения даже при необходимости пропусков

Самыми уязвимыми оказались люди со съемным жильем и лишенные работы и возможности заработка

## ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПРОСТРАНСТВА ЖИЗНИ

В ходе самоизоляции многие обнаружили, что их текущее жилье не рассчитано на то, чтобы в нем можно было полноценно жить, особенно с семьей. До этого момента квартиры играли роль места для сна, хаба для подзарядки

В итоге, место, которое должно было стать крепостью, стало местом раздора, борьбы за личное пространство. Достаточное в прошлой жизни, но невыносимое в новом мире

Растет ценность размеров жилого пространства и зонирования

# БЫТЬ БЛИЖЕ К ЗЕМЛЕ И ДАЛЬШЕ ОТ ГОРОДА

Чем больше город, тем тяжелее ситуация

В больших городах переосмысливаются стратегии выбора постоянного места жительства: идеи жизни в загородном доме, владения собственным приусадебным хозяйством или огородом становятся вновь очень популярны

Дополнительную и очень большую ценность жизни за городом, «на своей земле» видят в принципиально более высокой степени свободы передвижения («гулять на свежем воздухе по участку/ поселку, по лесу»), большей защищенности от вирусов и эпидемий, а также более высокой степени независимости благодаря натуральному хозяйству

## «РАССВЕТ» ПЕНСИОНЕРОВ

Пришло время уже всерьез посмотреть на людей пенсионного возраста как на одну из наиболее стабильных и перспективных групп людей и потребителей. И в больших городах не ограничивать активный возраст жизни и потребления возрастом 45-50 лет

# ЛЕГКО ЛИ БЫТЬ МОЛОДЫМ?

Сейчас мы можем наблюдать первое поколение (молодые люди ~ до 25 лет), которое не имеет собственного опыта «выживания»

Молодые люди никогда не проживали серьезные кризисы и проблемы глобального масштаба с полной ответственностью за свою жизнь и жизнь своих близких

Столкновение с новыми реалиями безработицы и безденежья может оказаться очень болезненным для них, особенно как для поколения, выросшего в концепции «ты можешь все, если захочешь», «будущее зависит от тебя»

# ЛИЧНОЕ БАНКРОТСТВО

Стремительное развитие ситуации пандемии и экономического кризиса привело к тому, что люди оказались финансово не готовы его пережить

У тех, кто оказался без работы, средства к существованию уже подходят к концу. И дальше ситуация обнищания будет стремительно развиваться (особенно в регионах)

Люди жалеют о своей недальновидности и отсутствии накоплений, но не считают своей ошибкой ипотеку и кредиты, так как рассчитывают на поддержку банков и кредитные каникулы

Разочарование в банковской системе и государстве может сформировать сильную обиду и пересмотр отношения к использованию банковских продуктов

При этом часть людей уже предрекает крах банков и выводит свои средства со вкладов

## ЭНЕРГИЯ ВЫЖИВАНИЯ

Люди уверены, что впереди очень трудное время, рецессия и снижение доходов, и при этом мало кто надеется на реальную поддержку государства

Большинство людей не в состоянии пока думать о том, как именно им выходить из ситуации, так как находятся в состоянии постоянно растущих тревоги и страха. Но понимают, что выбираться придется самим и рассчитывать стоит только на свои силы

Лишь небольшое количество людей, которые имеют опыт самостоятельного заработка или подработок, уже переключается в режим «борьбы за выживание» и готовы к предстоящим трудностям

Как правило, эти люди быстро приспосабливаются к изменениям не только с практической точки зрения, но и морально. Находят в ситуации выгодные стороны или то, чем можно насладиться в моменте

## ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ РАСХОДОВ

Первая экономия началась с «естественных» ограничений, связанных с режимом самоизоляции, чем создала иллюзию увеличения свободных средств. Но по мере понимания того, что вынужденный «отпуск» затянулся, пришел страх того, что экономика будет развиваться дальше по негативному сценарию и пора включать режим экономии

Люди отказываются от крупных запланированных покупок, готовятся затянуть пояса: присматриваются к товарам, которые смогут заменить привычные продукты. Но пока говорить об однозначном изменении продуктовой корзины рано – она лишь начала свою трансформацию и требует постоянной актуализации информации

# ОФЛАЙН И ОНЛАЙН (1)

Способы совершения покупок и отношение к ним также переживают перестройку, которая требует постоянного мониторинга

Поход в офлайн магазин за продуктами наполнен новыми эмоциональными смыслами, которые диаметрально по своей природе. Люди видят в магазинах связующее звено, мостик к прошлой жизни, возможность прогулки и социализации. В то же время, поход в магазины вызывает страх заражения, представляет угрозу для безопасности

## ОФЛАЙН И ОНЛАЙН (2)

Люди вынуждены совершать больше онлайн покупок, как товаров, так и услуг. В зависимости от длительности изоляции, это может стать новой нормой. Вырастет количество людей, которые ранее не пользовались онлайн услугами

Но полученный в онлайн опыт может иметь и негативное влияние: большинство ритейлеров оказались неспособны к увеличению нагрузки, что привело к слишком долгому ожиданию доставки, отсутствию привычных позиций в ассортименте. При этом цены известных онлайн магазинов, по мнению людей, несправедливо завышены, так как они сравнивают их с ценами в магазинах эконом формата у дома, что также влияет на отказ от их использования

Небольшие и новые курьерские службы доставки пока не получили широкой известности и географического распространения, но имеют высокий потенциал, если смогут справиться с репутацией категории, которая сложилась благодаря «старшим братьям»

# СПЛОЧЕННОСТЬ НА УРОВНЕ АТОМНЫХ КОМЬЮНИТИ

Несмотря на высокий уровень раздражения в обществе, мы видим и сигналы сплочения людей в отдельных комьюнити: соседских, профессиональных, дружеских, по интересам

Люди готовы помогать и поддерживать людей «своего круга», близких по духу или иным признакам

# СОЛИДАРНОСТЬ КАК НОВЫЙ ЯЗЫК

Люди начинают высоко ценить любую форму поддержки, понимания и социальной солидарности, которая не ограничивается словами

Коммуникация, игнорирующая сегодняшний контекст, в лучшем случае, остается невидимой, в худшем вызывает раздражение или воспринимается как глупость

Бизнесам и брендам важно демонстрировать свою включенность в жизнь, социально адекватный ответ на происходящее вокруг, чтобы быть и оставаться нужными и сохранять свою ценность

## ВРЕМЯ ПОЗИТИВНОЙ РЕФЛЕКСИИ

Для тех людей, которым удалось сохранить свои финансовые, психологические и интеллектуальные ресурсы, наступило время переосмыслить самого себя, возможность поставить жизнь на паузу и посмотреть на нее с другой стороны

Большое количество юмора и самоиронии отличает текущий кризис

## ВРЕМЯ ПОЗИТИВНОЙ РЕФЛЕКСИИ

От карантина природа настолько очистилась, что в сёла возвращаются бариста, маркетологи и тренеры личного роста.



Любите девушки простых бюджетников  
Преподавателей, бухгалтеров.  
Бросайте девушки своих ИПшников,  
Не стоит им дарить свою любовь.

# ВРЕМЯ ПОЗИТИВНОЙ РЕФЛЕКСИИ

## Рабочее совещание котов



Безшерстные рабы уже неделю сидят дома и не уходят, что будем предпринимать, коллеги?

## Жизненное



Генси 🏠  
@fcuktv

— Коллеги, можем перенести конфколл на 30 минут? У меня форс-мажор, внезапно доварились сарделечки.



ЗА ВОДКОЙ

📍 MOSCOW, RUSSIA



К ЧЁРТОВОЙ  
МАТЕРИ



НА БЛЯДКИ



НА КУДЫКИНЫ  
ГОРЫ

# ВРЕМЯ ПОЗИТИВНОЙ РЕФЛЕКСИИ

**Проживающая в тайге 75 лет Агафья Лыкова просила передать, что самоизоляция, это первые пару лет тяжело, потом привыкаешь...**



**Уважаемые жильцы!!!**

**Мы три пенсионерки из 3, 16 и 86 квартир. В связи с угрозой коронавируса для людей старшего возраста мы опасаемся выходить из дома и собираться на лавочке. Поэтому подходя к подъезду, просто представляйте как мы кричим вам вслед, что вы шлюхи и наркоманы. Спасибо за понимание!!!**



**КОНТАКТЫ**

# Контакты исследовательских агентств

**ВЛАДИВОСТОК**



Дальневосточный маркетинговый центр «Мониторинг»  
[pole@dvmonitoring.ru](mailto:pole@dvmonitoring.ru)

**ВОЛГОГРАД**



Исследовательский центр Южный  
[office@socio-research.ru](mailto:office@socio-research.ru)

**ВОРОНЕЖ**



Институт общественного мнения «Квалитас»  
[office@qualitas.ru](mailto:office@qualitas.ru)

**ЕКАТЕРИНБУРГ**



Фонд «Социум»  
[ovr@fsocium.ru](mailto:ovr@fsocium.ru)

# Контакты исследовательских агентств

ИЖЕВСК



Маркетинговое агентство Лаборатория С.М.И.Т.  
[izhevsk@smitlab.ru](mailto:izhevsk@smitlab.ru)

КАЗАНЬ



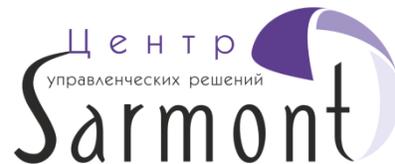
Центра Аналитических Исследований и Разработок  
[info@casd.ru](mailto:info@casd.ru)

КРАСНОЯРСК



ООО "Общественное мнение - Красноярск"  
[irina\\_muratova@socium-krasn.ru](mailto:irina_muratova@socium-krasn.ru)

МИНСК



Центр управленческих решений Sarmont  
[info@sarmont.by](mailto:info@sarmont.by)

# Контакты исследовательских агентств

МОСКВА



Радость Понимания  
[j.goidenko@understanding.ru](mailto:j.goidenko@understanding.ru)  
[a.novikov@understanding.ru](mailto:a.novikov@understanding.ru)

САМАРА



Фонд Социальных Исследований  
[office@socio-fond.com](mailto:office@socio-fond.com)

ТОМСК



Исследовательский центр Контекст  
[c-market@list.ru](mailto:c-market@list.ru)

ТУЛА



Информационно-маркетинговый центр «Статус»  
[status-tula@live.ru](mailto:status-tula@live.ru)

Радость понимания

789 группа ассоциация  
исследовательских  
компаний

# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Copyright © Радость понимания 2020 Все права защищены  
При любом воспроизведении, цитировании материалов отчета ссылка на источник обязательна