

Исследование потребительских расходов «Новый год и Рождество — 2025»

Декабрь 2024 года



Содержание

Методология исследования

**Ключевые результаты
исследования**

Экономика и благосостояние

Настроения и покупательная способность
потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян

Ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля

Интернет как неотъемлемая часть процесса
совершения покупок

Поведение потребителей

Как россияне принимают решения о покупках и
когда их совершают

Контакты



Методология исследования

Ключевые результаты
исследования

Экономика и благосостояние:
настроения и покупательная
способность потребителей

Структура новогоднего
бюджета россиян: ожидания
и реальность

Многоканальная розничная
торговля: интернет как
неотъемлемая часть процесса
совершения покупок

Поведение потребителей:
как россияне принимают
решения о покупках и когда
их совершают

Контакты





Мы рады представить результаты ежегодного исследования потребительских расходов в период новогодних и рождественских праздников.

Это 16-е исследование в России.



В этом году ДРТ возобновляет свое традиционное исследование потребительских расходов россиян «Новый год и Рождество», посвященного анализу настроения и планов на новогодние праздники в 2025 году.

Предыдущее исследование мы опубликовали еще до выхода из международной сети — в декабре 2021 года, и два года подряд опрос не проводился.

Новое исследование мы провели с 19 сентября по 10 октября 2024 года. Его участниками стали 1600 респондентов в возрасте от 18 до 65 лет из разных регионов России и с различным уровнем дохода. Опрос проходил в интернете путем анкетирования репрезентативной выборки респондентов.

Мы рады поделиться с вами результатами нашего исследования и надеемся, что они окажутся для вас интересными и полезными.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

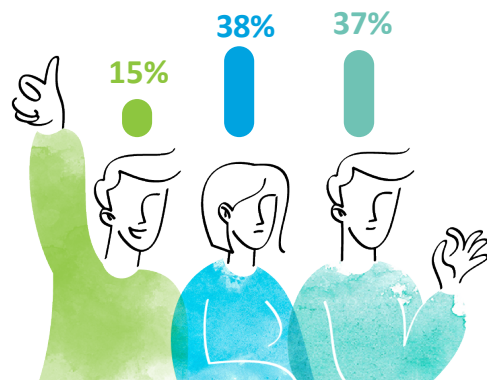
Контакты



Ключевые результаты исследования

Большинство россиян склонны считать экономическую ситуацию в 2024 году стабильной

15% и 37% респондентов соответственно отмечают рост и стабильность в экономике, 38% считают, что экономика находится в рецессии, 10% затрудняются ответить.

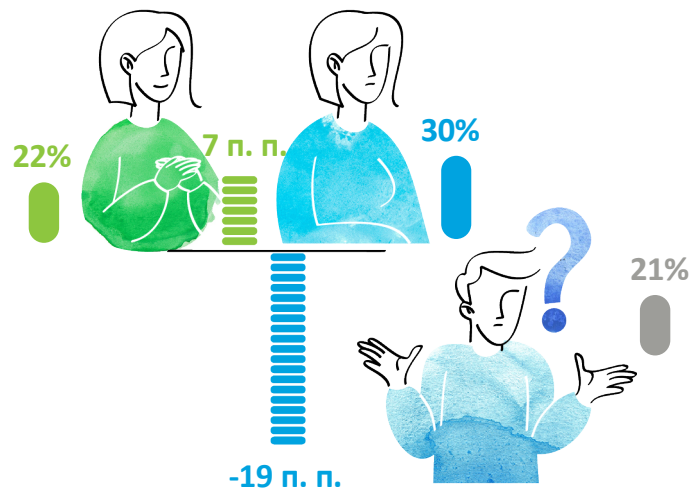


Прогноз экономики на 2025 год

Россияне полны надежд: доля ожидающих экономического роста увеличилась на 7 п. п.* и составила 22%.

Снизилась доля пессимистичных ожиданий до 30% (-19 п. п.*).

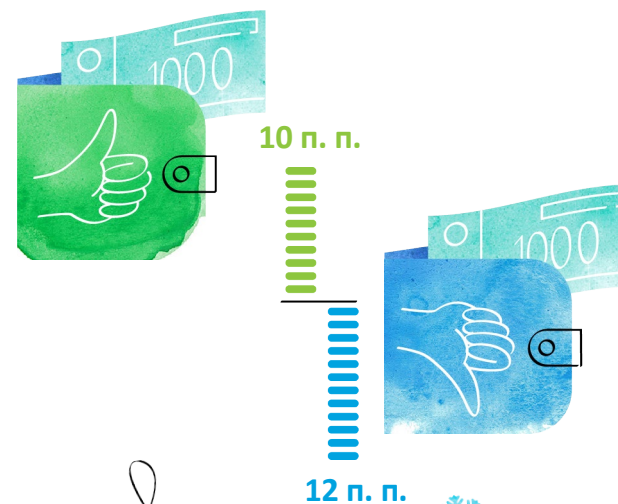
При этом 27% ожидают стабильность, а 21% затруднились с ответом.



Личное финансовое благополучие: ожидания на 2025 год

Россияне ожидают не только положительных изменений в экономике в 2025 году, но и роста своей покупательной способности — таких 28% (+ 10 п. п.*).

Доля ожидающих ее ухудшения снизилась на 12 п. п.* и составляет 26%.



*Результаты данного исследования сопоставляются с результатами последнего аналогичного исследования, которое было проведено в 2021 году.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты

Ключевые результаты исследования

Новогодний бюджет

Фактические новогодние траты в прошлом 2024 году: 25 900 руб.

Бюджет на 2025 год: 30 100 руб.

(+14% к фактическим новогодним тратам в прошлом году).

25 900 30 100

Факт 2024 План 2025

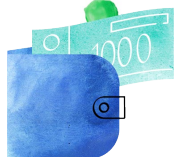


85% респондентов собираются отмечать Новый год,

26%



при этом 26% из них заранее не планируют бюджет на новогодние покупки.



Структура новогоднего бюджета в 2025 году

40% средств россияне заложили на подарки, 44% — на новогодний стол и 16% — на развлечения и досуг.



22% россиян в новогодние праздники планируют путешествовать и в среднем рассчитывают потратить 44 тыс. руб.



Россияне не готовят сани летом

26% россиян откладывают приобретение подарков на последнюю неделю декабря.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

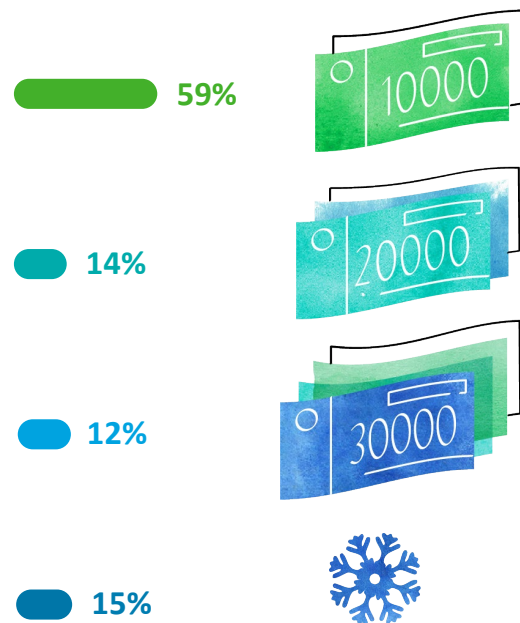
Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты

Ключевые результаты исследования

Бюджет на подарки

59% респондентов готовы потратить на подарки до 10 тыс. руб.,
14% — от 10 до 20 тыс. руб.,
12% — свыше 20 тыс. руб.,
а **15%** не планируют ничего дарить.



Россияне создают уют: самый распространенный подарок — товары для дома

Хотят получить в подарок: деньги (**51%**), товары для дома (**34%**), электронику (**30%**).
Товары для дома — впервые в тройке лидеров.



Топ-3 ожидаемых подарка для мужчин: деньги (**47%**), электроника (**41%**), товары для дома (**30%**).



Планируют подарить: товары для дома (**42%**), косметику (**38%**), конфеты (**32%**).



Топ-3 ожидаемых подарка для женщин: деньги (**54%**), косметика и парфюмерия (**40%**), путешествия (**39%**).



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты

Ключевые результаты исследования

Каждый третий подарок будет куплен на маркетплейсе

Планируют покупать подарки:

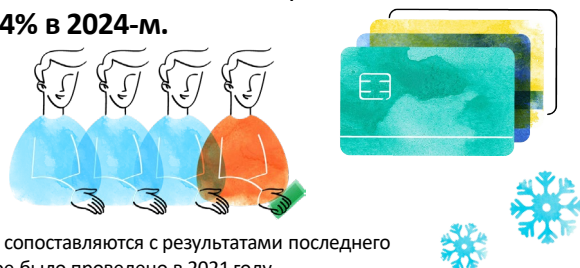
- онлайн — **73%**, включая покупки на маркетплейсах — **36%**.
При этом **5%** добавляют товары в онлайн-корзину заранее, чтобы позже купить их по акции.
- в обычных магазинах — **22%**.



Россияне осваивают новые способы оплаты

Электронные кошельки и оплата по QR-коду заменяют дебетовые карты: снижение доли оплаты картами — с **50% в 2021 году*** до **34% в 2024-м**.

При этом каждый четвертый продолжает платить в магазинах наличными.



*Результаты данного исследования сопоставляются с результатами последнего аналогичного исследования, которое было проведено в 2021 году.

Экологичность товара и упаковки важны, но не определяют выбор

30% россиян упаковывают подарки только при необходимости, а **17%** — только в перерабатываемые материалы.

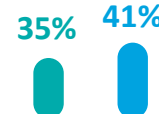


Для **53%** россиян важны экологичность подарка и упаковки, но лишь **16%** учитывают этот фактор при выборе.



Практичность или эмоции?

От подарка для себя россияне ждут практичности и пользы (**35%**), а также положительных эмоций (**41%**).



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Экономика и благосостояние

Настроения и покупательная
способность потребителей



Методология исследования

Ключевые результаты
исследования

Экономика и благосостояние:
настроения и покупательная
способность потребителей

Структура новогоднего
бюджета россиян: ожидания
и реальность

Многоканальная розничная
торговля: интернет как
неотъемлемая часть процесса
совершения покупок

Поведение потребителей:
как россияне принимают
решения о покупках и когда
их совершают

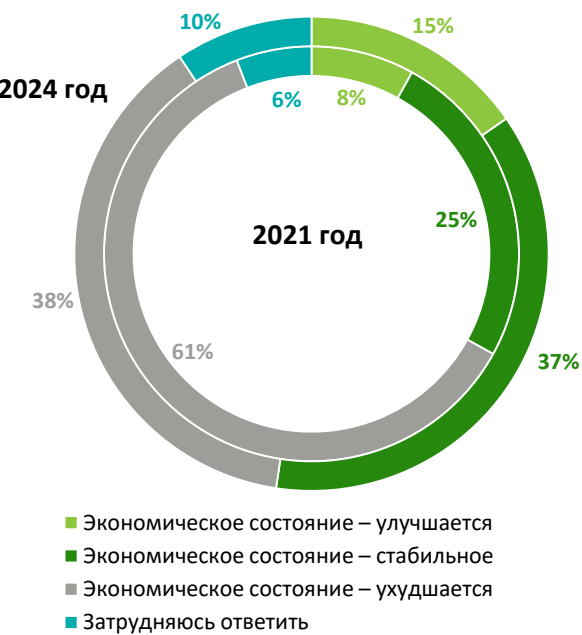
Контакты



В 2024 году россияне склоны оценивать экономику как стабильную



Текущее восприятие экономической ситуации



Несмотря на экономическую и политическую обстановку в России и в мире, 52% россиян характеризуют текущую экономическую ситуацию в стране как улучшающуюся или стабильную, что является самым высоким показателем за последние десять лет.

В 2024 году доля респондентов, считающих, что экономика страны находится в рецессии, снизилась до 38%, в 2021 году таких был 61%.

Доля мужчин, которые оценивают экономику как стабильную и растущую, превышает долю женщин с аналогичным мнением (60% против 46%).

Среди возрастных групп наиболее скептически настроены респонденты старше 55 лет, хотя по сравнению с 2021 годом этот показатель также снизился — с 58% до 46%.

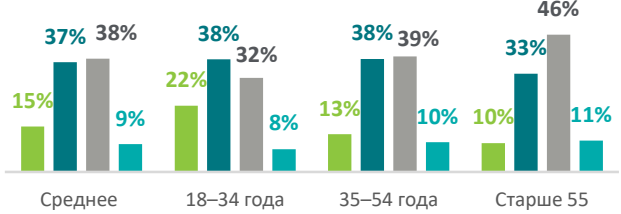
Респонденты с высоким уровнем дохода традиционно оценивают состояние экономики более оптимистично, чем респонденты с более низким уровнем дохода, доля таких ответов — 69%.

Оценка текущего состояния экономики

По полу



По возрасту



По уровню дохода



Рост Стабильность Рецессия Затрудняются ответить

* Поскольку предыдущее исследование было опубликовано в 2021 году, данные за 2022–2023 годы не представлены на графике.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



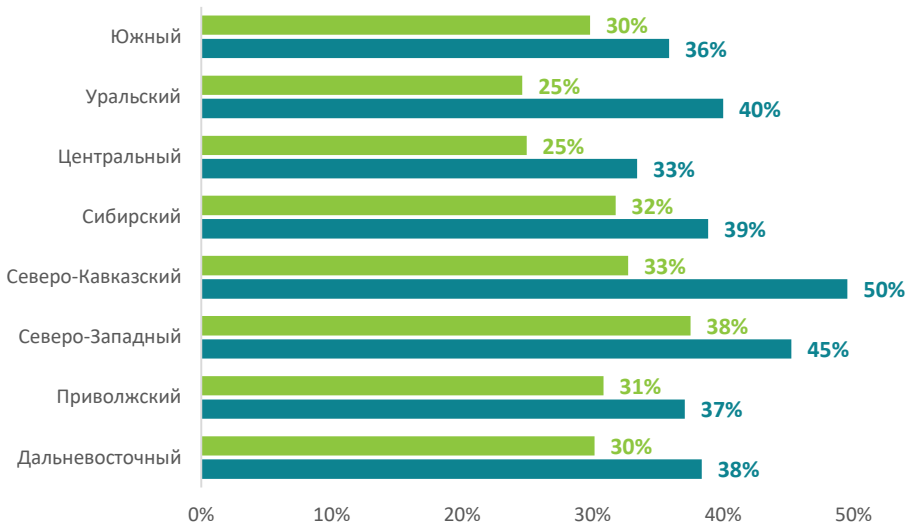
Оценка экономической ситуации в России по регионам



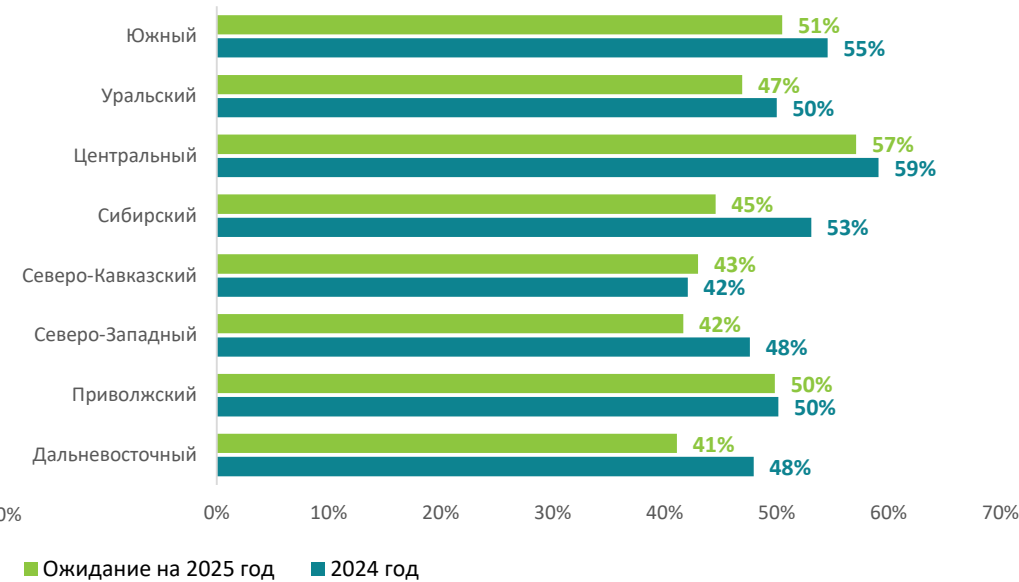
Наиболее пессимистично настроены жители Северо-Кавказского и Северо-Западного федеральных округов — 50% и 45% респондентов соответственно отметили ухудшение состояния российской экономики в 2024 году. При этом прогноз на 2025 год более оптимистичный — лишь 33% и 38% респондентов в этих регионах соответственно ожидают дальнейшее замедление экономики, а около 42% рассчитывают увидеть крепкую экономику в следующем году.

Жители Центрального федерального округа демонстрируют более оптимистичный взгляд на экономическую ситуацию — только 33% отмечают рецессию в 2024 году, тогда как 59% воспринимают экономику России как растущую или стабильную.

Респонденты, ожидающие ухудшения экономической ситуации, %



Респонденты, ожидающие экономического роста и стабильности, %



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



В 2025 году каждый второй россиянин ожидает роста или стабилизации экономики

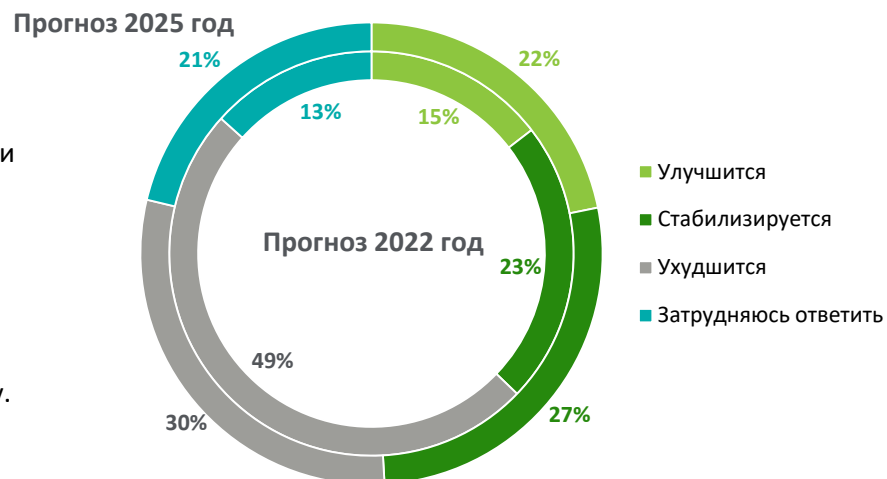


Прогноз экономической ситуации на 2025 год

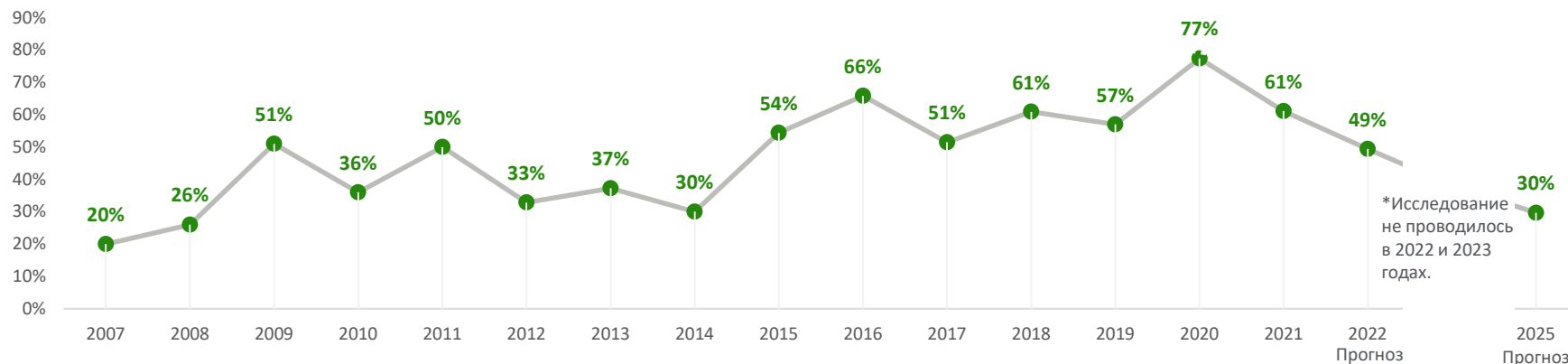
Снижение пессимистичных ожиданий до 30% — это значимый сигнал о том, что многие респонденты начинают верить в возможность улучшения экономической ситуации после тяжелых лет, сопровождавшихся различными вызовами, включая международные санкции.

49% респондентов, ожидающих стабилизации или роста экономики в 2025 году, представляет собой наилучший результат за последние семь лет.

Доля респондентов, не имеющих представления о том, как изменится экономическая ситуация, увеличилась с 13% в 2021 году* до 21% в 2025 году.



Российская экономика: уровень пессимизма снижается



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

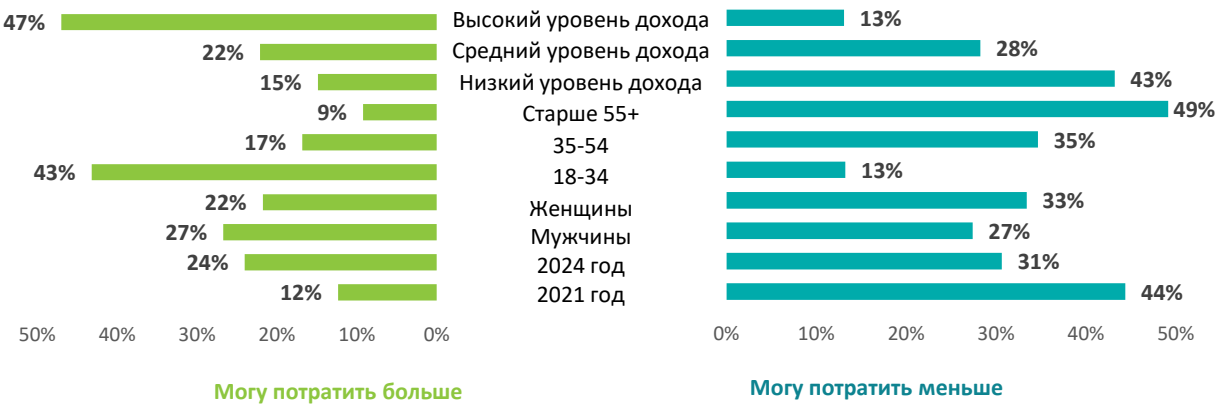
Контакты



Покупательная способность россиян вселяет оптимизм



Покупательная способность в 2024 году, %



Доля россиян, сокративших новогодние расходы в 2024 году, уменьшилась на 13 п. п. по сравнению с последним исследованием и составляет 31% (в 2021 году — 44%), при этом 24% россиян готовы тратить больше (в 2021 году — 12%)*.

Тратить меньше в основном планируют респонденты с низким и средним уровнем дохода, в то время как обеспеченные респонденты чаще готовы не ограничивать свои траты.

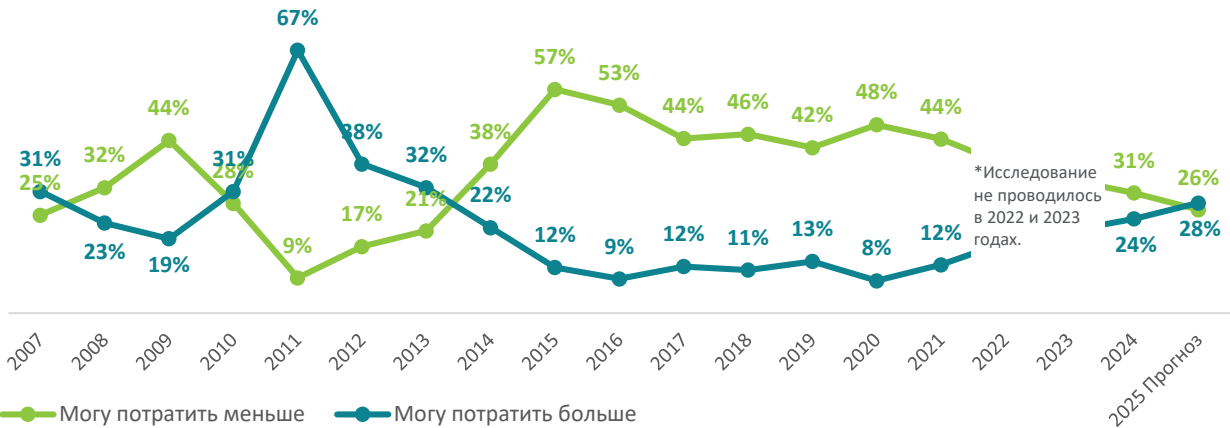
Покупательная способность в 2025 году

Несколько лет подряд растет число респондентов, ожидающих роста своей покупательной способности в предстоящем году. Среди участников опроса этого года таких 28%.

При этом 26% респондентов ожидают снижения своей покупательной способности в 2025 году. Доля россиян, дающих такую оценку, стабильно падает на протяжении нескольких лет.

В то же время 34% опрошенных ожидают, что их покупательная способность в 2025 году не изменится.

Средняя динамика покупательной способности, %



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Структура новогоднего бюджета

Ожидания и реальность



Методология исследования

Ключевые результаты
исследования

Экономика и благосостояние:
настроения и покупательная
способность потребителей

Структура новогоднего
бюджета россиян: ожидания
и реальность

Многоканальная розничная
торговля: интернет как
неотъемлемая часть процесса
совершения покупок

Поведение потребителей:
как россияне принимают
решения о покупках и когда
их совершают

Контакты



Новогодние расходы становятся более сдержанными



85% россиян собираются отмечать Новый год, при этом 26% из них заранее не составляют бюджет на новогодние покупки.

Средний новогодний бюджет составит 30 100 руб., что на 14% больше фактических затрат 2024 года (25 900 руб.).

Структура новогоднего бюджета остается стабильной на протяжении нескольких лет проведения исследования:

- 40% — новогодние подарки;
- 44% — новогодний стол и угощения;
- 16% — развлечения и досуг.

Динамика среднего праздничного бюджета, руб.



53% опрошенных намерены отметить Новый год и Рождество за счет своих текущих доходов (зарботная плата и годовые премии), в то время как 36% смогли заранее отложить средства для празднования. Около 10% респондентов планируют взять кредит или использовать кредитные карты.

59% россиян готовы потратить на новогодние подарки до 10 тыс. руб., 14% — от 10 до 20 тыс. руб., 12% — свыше 20 тыс. руб. и 15% не планируют дарить подарки.

На новогодние угощения (продукты для новогоднего стола) россияне в среднем планируют потратить 44% своего бюджета: 57% — не более 10 тыс. руб., 22% — от 10 до 20 тыс. руб., 12% — свыше 20 тыс. руб., 8% не планируют тратить на праздничный стол.

35% россиян планируют посетить рестораны, театры и кино в новогодние праздники. Из них 27% респондентов готовы потратить на посещения культурных мест и ресторанов до 10 тыс. руб., 8% — более 10 тыс. руб.

Структура среднего праздничного бюджета*, руб.



*Данные праздничного бюджета не включают бюджет на путешествия.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Новый год и Рождество — по-прежнему домашние и семейные праздники



Бюджет на новогодние путешествия в 2024 и 2025 годах



В 2025 году только 22% россиян планируют путешествовать в новогодние праздники и в среднем рассчитывают потратить на это 44 тыс. руб.

Самые активные путешественники живут в Центральном, Приволжском и Южном федеральных округах — около 26% опрошенных представителей этих регионов планируют поездки. При этом бюджет на путешествия на 2025 год в среднем составит 62 тыс. руб., 58 тыс. руб. и 52 тыс. руб. соответственно.

Только 11% жителей Уральского федерального округа намеренны отправиться в путешествие в период новогодних праздников в 2025 году, и их новогодний бюджет составит около 53 тыс. руб.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Россияне создают уют: самый распространенный подарок — товары для дома



Почти каждый второй респондент (51%) выразил желание получить в подарок деньги. Однако лишь 26% опрошенных планируют дарить такой подарок.

Следующими по распространенности и желанности подарками являются товары для дома (34%), электроника (30%), косметика, отдых и подарочные сертификаты (26%). Товары для дома впервые вошли в топ-3 популярных подарка.

Шоколад и конфеты дарят чаще, чем хотят получить в подарок (32% против 19%). Спрос на путешествия и электронику также останется неудовлетворенным.

41% мужчин хотят получить электронику, и только 9% женщин планируют подарить такой подарок. При этом об электронике мечтает 21% женщин, и почти столько же респондентов среди женщин ее получают (22%).

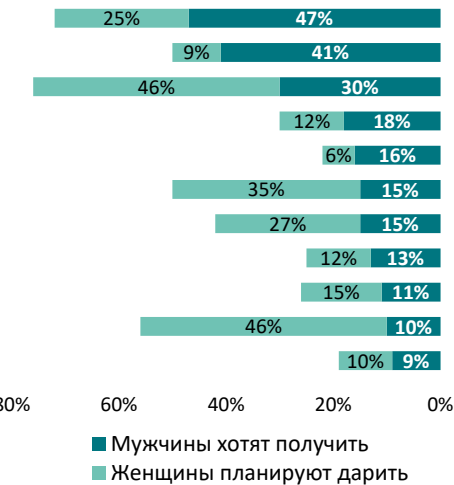
39% женщин и 16% мужчин хотели бы получить развлечения и путешествия в качестве новогоднего подарка, при этом дарить путешествия планируют только 6% как среди женщин, так и среди мужчин.

Почти каждая четвертая женщина (23%) хотела бы получить товары для здоровья в качестве подарка, но такой подарок сделает только каждый 10й мужчина.

Наиболее желаемые и популярные подарки



Мужчины хотят получить, женщины подарят



Женщины хотят получить, мужчины подарят



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Подросткам подарят деньги, а детям до 12 лет — развивающие игрушки



Топ-10 подарков для подростков от 12 до 18 лет

1	Денежные средства	34%
2	Конфеты, шоколад	33%
3	Электроника	23%
4	Умные аксессуары	21%
5	Одежда/обувь	20%
6	Косметика/парфюмерия	18%
7	Игрушки	17%
8	Подарочные карты/сертификаты и наборы	16%
9	Товары для спорта	15%
10	Видеоигры	14%

В 2025 году дарить подарки подросткам планируют 35% россиян.

Таковыми подарками станут денежные средства, шоколад, электронные устройства и умные аксессуары, косметика, одежда.

Наиболее распространенными подарками в категории электроники остаются смартфоны и мобильные телефоны, аксессуары для них, а также планшеты и ноутбуки.



Топ-10 подарков для детей до 12 лет

1	Развивающие и обучающие игрушки	46%
2	Конфеты, шоколад	45%
3	Конструкторы (строительные конструкторы, Lego)	31%
4	Настольные игры	26%
5	Одежда/обувь	23%
6	Куклы, мягкие игрушки	22%
7	Электромеханические игрушки	19%
8	Товары для творчества (ремесла, и аксессуары)	16%
9	Денежные средства	15%
10	Товары для младенцев (игрушки, детская одежда)	14%

В 2025 году 46% россиян намерены дарить подарки детям до 12 лет.

Наиболее популярный подарок — развивающие и обучающие игрушки: глобусы, наборы для экспериментов, музыкальные игрушки, сортеры и магниты.

В первую пятерку наиболее популярных подарков также вошли шоколад, конструкторы, настольные игры и одежда.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

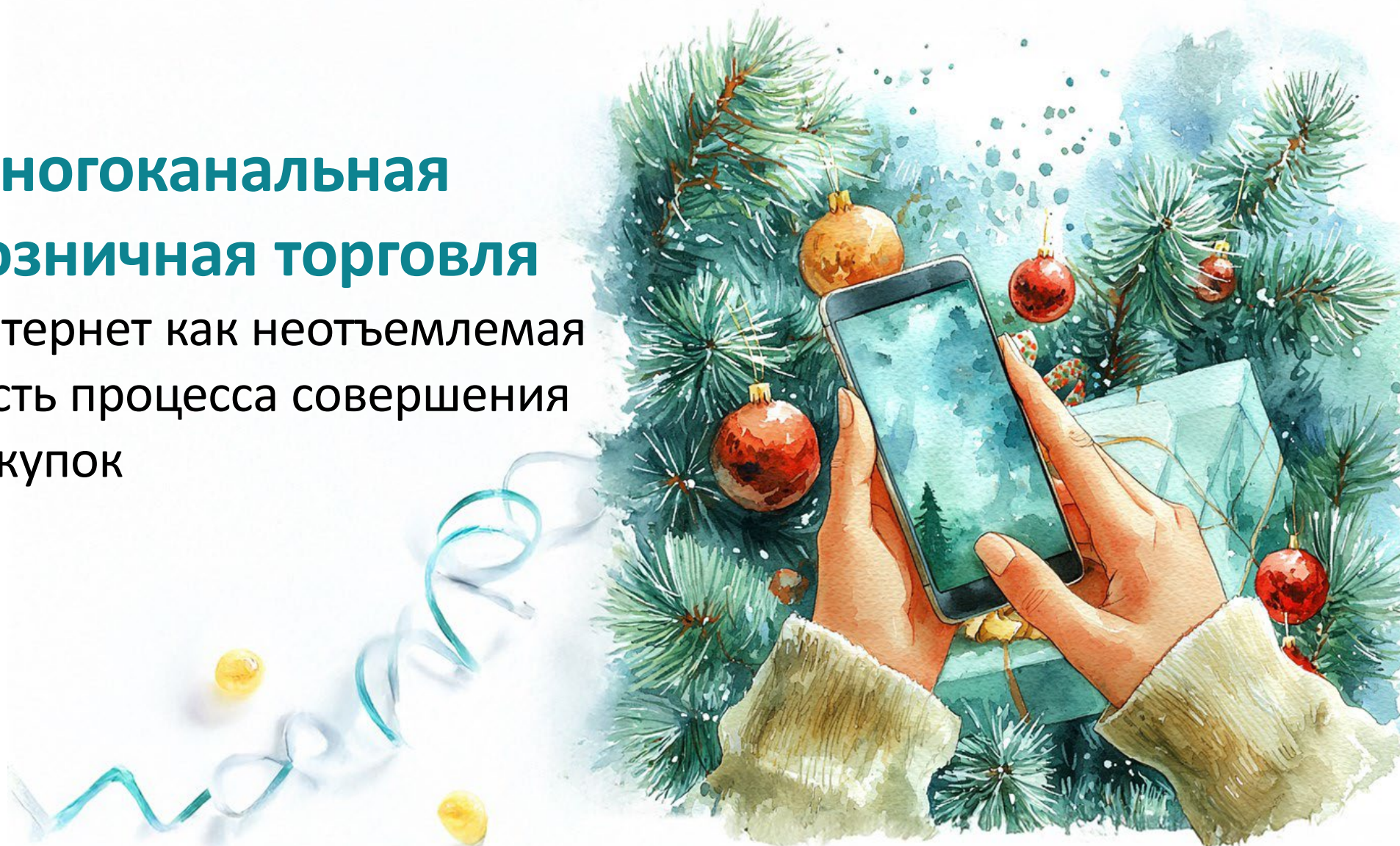
Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Многоканальная розничная торговля

Интернет как неотъемлемая
часть процесса совершения
покупок



Методология исследования

Ключевые результаты
исследования

Экономика и благосостояние:
настроения и покупательная
способность потребителей

Структура новогоднего
бюджета россиян: ожидания
и реальность

Многоканальная розничная
торговля: интернет как
неотъемлемая часть процесса
совершения покупок

Поведение потребителей:
как россияне принимают
решения о покупках и когда
их совершают

Контакты

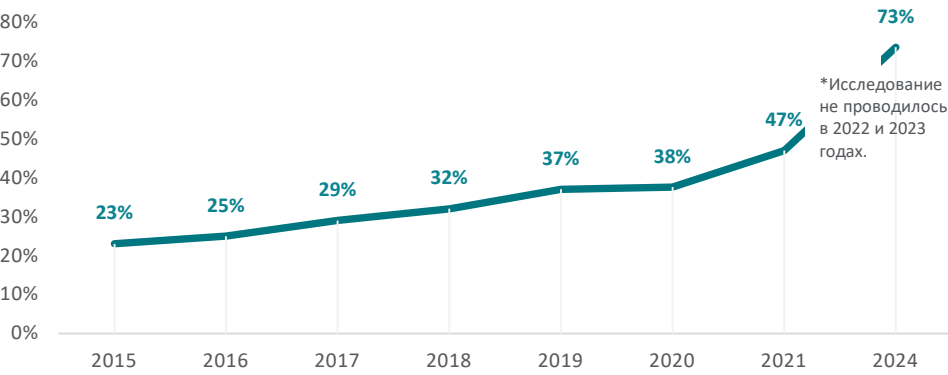


Каждый третий подарок покупается на маркетплейсах

73% россиян планируют купить подарки онлайн (47% в 2021 году*), включая покупки на маркетплейсах — 36%.

В офлайн-магазинах респонденты планируют приобрести в качестве подарков конфеты и шоколад (52%), подарки для дома (29%), косметику (25%).

Доля подарков, приобретаемых через интернет*



Топ-10 подарков, приобретаемых в магазине или онлайн



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты

Преимущества обычного магазина становятся менее очевидными



Преимущества обычного магазина становятся менее очевидными

- **Здесь и сейчас.** Только 37% респондентов считают возможность получить товар сразу и не тратить время на ожидание доставки существенным преимуществом классических магазинов. Этот показатель существенно снизился по сравнению с данными последнего исследования.
- **Возвраты.** 57% опрошенных отмечают, что в обычном магазине процедура возврата товара более простая.
- **Удовольствие от шоппинга.** 57% респондентов признались, что получают удовольствие от самого процесса совершения покупок в обычном магазине.
- **Послепродажное обслуживание.** 57% участников опроса считают, что в магазинах послепродажное обслуживание (ремонт) намного удобнее, чем при онлайн-покупках.
- **Защищенность.** Тайна частной жизни и гарантия безопасности персональной информации в процессе шоппинга оказались важны для 62% россиян.

Форматы розничных магазинов для приобретения подарков, 2025 год



Динамика преимуществ совершения покупок в обычных магазинах



*Исследование не проводилось в 2022 и 2023 годах.

В 2024 году 26% респондентов планируют приобретать подарки в торговых центрах, универмагах и аутлетах.

Спросом у россиян также пользуются традиционные местные магазины, специализированные сети и гипермаркеты — их доля составляет в среднем по 20%.

7% россиян планируют покупать подарки в фирменных магазинах.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Электронный кошелек становится популярным способом оплаты



Способы оплаты в магазинах и онлайн-покупки в 2024 году



Способы оплаты в магазинах и онлайн-покупки в 2021 году



В связи с ростом популярности электронных кошельков и QR-кодов общая доля использования дебетовой карты при совершении онлайн-покупок в среднем снизилась с 51% в 2021 году до 33% в 2024-м.

По данным опроса, для онлайн-покупок доля оплаты электронным кошельком и QR-кодом составляет 39%, а для магазинов — 23%.

Также россияне активно оплачивают покупки с помощью российской системы оплаты: онлайн-покупки — 17%, в магазинах — 15%.

Каждый четвертый респондент по-прежнему предпочитает платить наличными в магазинах.



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

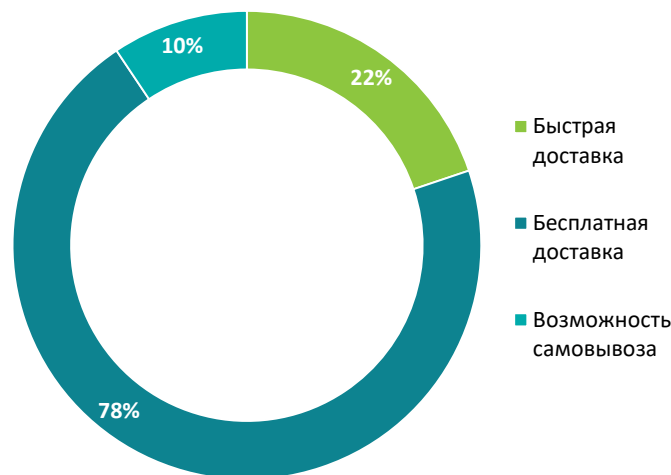
Контакты



Бесплатная доставка — ключевой критерий при совершении онлайн-покупок



Факторы выбора в пользу покупок через интернет

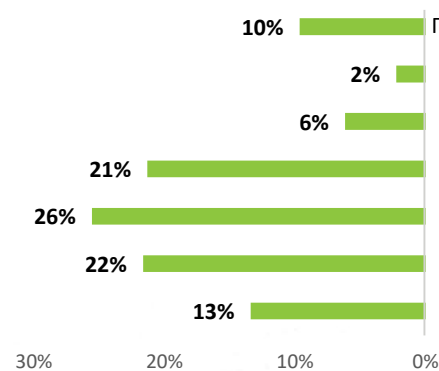


Бесплатная доставка — ключевой критерий для пользователей при выборе онлайн-магазина (78%). При этом два дня и более готовы ждать 68% опрошенных.

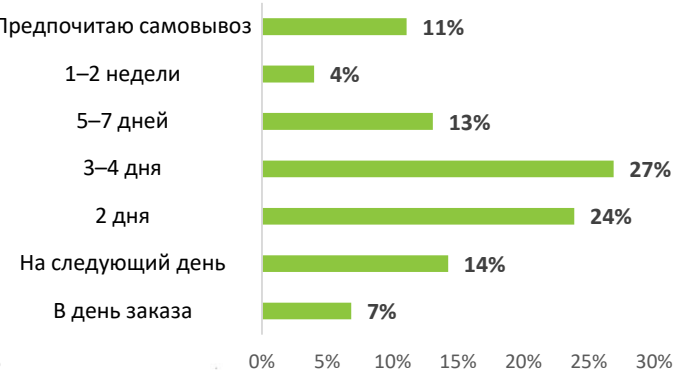
В случае платной доставки 35% респондентов подразумевает доставку в день заказа или на следующий день. Дольше двух дней готовы ждать только 29%.

Около 10% опрошенных предпочитают самовывоз.

Наиболее оптимальный период платной доставки



Наиболее оптимальный период бесплатной доставки



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Поведение потребителей

Как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

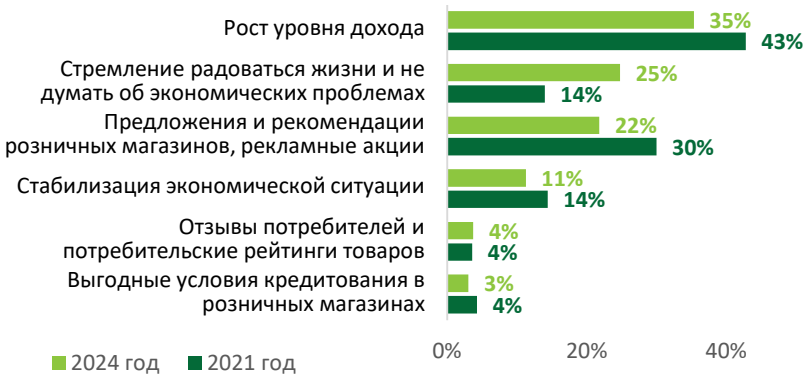
Контакты



При выборе подарка для россиян одинаково важны практичность и эмоциональная составляющая



Основные факторы, побуждающие тратить больше в период новогодних праздников



Для 35% россиян рост доходов по-прежнему остается главной причиной, которая стимулирует их тратить больше во время новогодних праздников. При этом в 2024 году отмечается существенное снижение доли таких ответов — на 7 п. п. по сравнению с последним опросом.

25% опрошенных отметили, что потратят больше, потому что стараются радоваться жизни и не думать об экономических проблемах (+ 10 п. п. к 2021 году).

22% респондентов готовы увеличить траты во время рекламных акций и предложений розничных магазинов, при этом данный показатель снизился на 8 п. п. по сравнению с предыдущим исследованием.

Практичность или эмоции при выборе подарка для себя



При выборе подарка себе россияне прежде всего стремятся испытать положительные эмоции — 41%. Пользу и практичность ценят 35% россиян.

Для респондентов с низким уровнем дохода практическое значение играет более значимую роль по сравнению с респондентами с высоким уровнем дохода (37% против 29%). В то же время, эмоциональная составляющая является важной для всех, независимо от уровня дохода, и в среднем около 40% опрошенных считают эмоции ключевыми при выборе подарка для себя.

12% опрошенных мотивирует стремление попробовать что-то новое при совершении покупок и еще 12% респондентов наслаждаются процессом покупки как таковым или имеют привычку совершать определенные покупки.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Россияне доверяют рекламе в интернете и отзывам в социальных сетях



Источники вдохновения для поиска идей и выбора подарков



40% россиян приобретают подарки, основываясь на просьбах и советах друзей и родственников.

В то время как 35% респондентов использует интернет и социальные сети в качестве источника вдохновения для поиска идей.

Походы в магазины в качестве источника идей для подарков занимают 19%.



Социальные сети помогают при выборе подарка, 2024 год



Среди респондентов, которые пользуются социальными сетями для поиска идей и выбора подарка, 19% хотят получить информацию о ценах, 19% — узнать отзывы других пользователей, 20% — вдохновиться идеями и 15% — следить за скидками и акциями.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

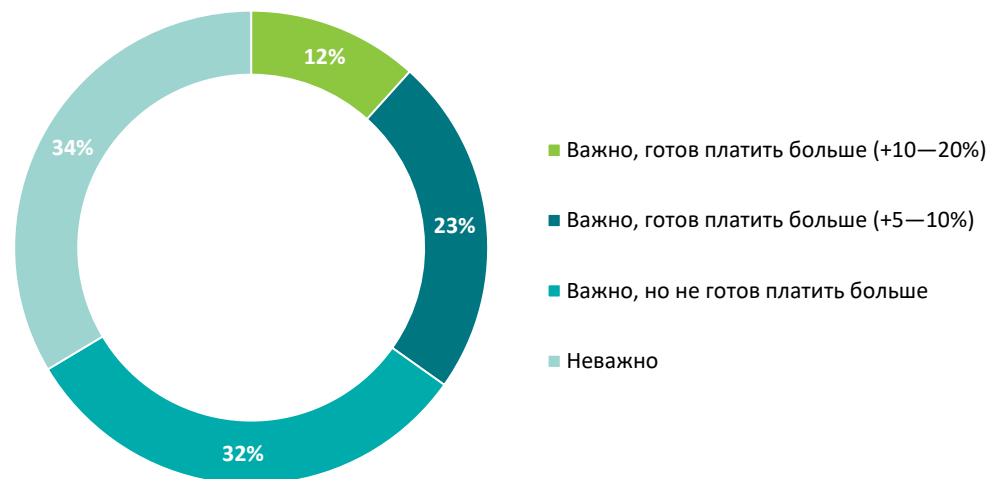
Контакты



Молодое поколение хочет приобретать товары у ответственных компаний



Важность политики устойчивого развития

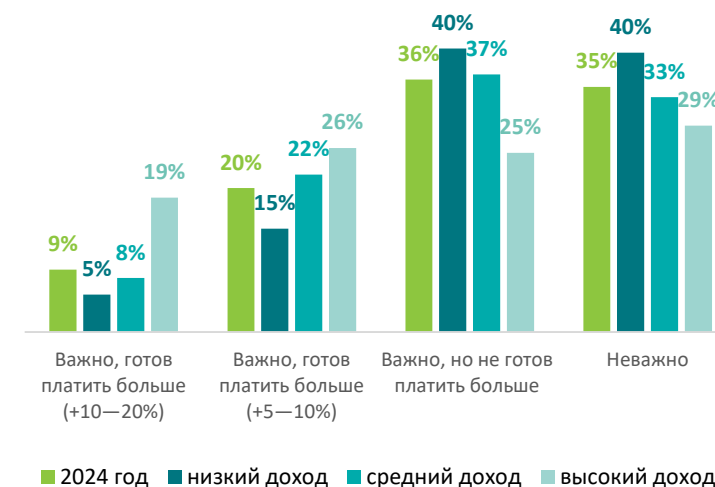
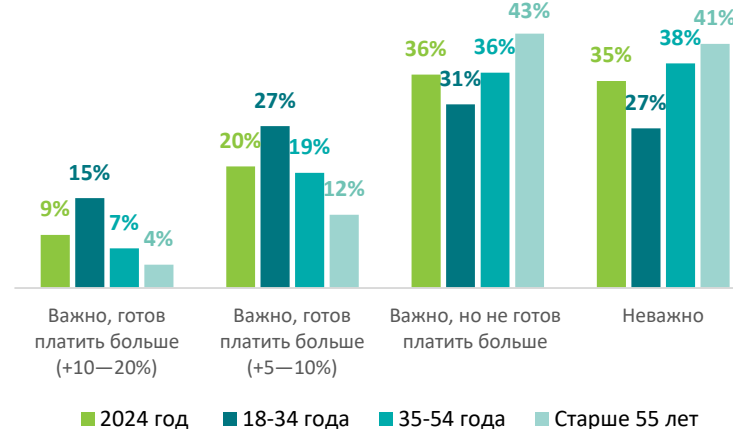


Приверженность компании принципам устойчивого развития важна для 67% покупателей, однако 32% из них не готовы переплачивать за продукцию таких брендов. Лишь каждый третий опрошенный согласен доплатить за товары ответственных компаний (-5 п. п. к показателю 2021 года*).

В среднем 79% респондентов в возрасте старше 35 лет не готовы платить больше за такие товары. В то же время 42% россиян в возрасте от 18 до 34 лет считают этот аспект важным и готовы заплатить больше.

Среди респондентов с высоким уровнем дохода 45% согласны платить больше за продукцию ответственных компаний, которые реализуют социально значимые проекты, сотрудничают с благотворительными фондами, развивают экологичное производство (-7 п. п. к 2021 году*).

*Предыдущее исследование было опубликовано в 2021 году, Данные за 2022–2023 годы не опубликованы.



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Своя рубашка к телу ближе: россияне предпочитают отечественного производителя

44% россиян предпочитают не покупать товары иностранных производителей, покинувших российский рынок, при этом женщины проявляют большую склонность к этому, чем мужчины (47% против 39%).

56% респондентов продолжают приобретать подарки иностранных брендов, однако отмечают, что сталкиваются с определенными неудобствами: увеличение цен на товары — 28%, сложности с оплатой — 5%, длительные сроки доставки — 13%.

Сложности покупки товаров иностранных производителей, средний показатель за 2024 год



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

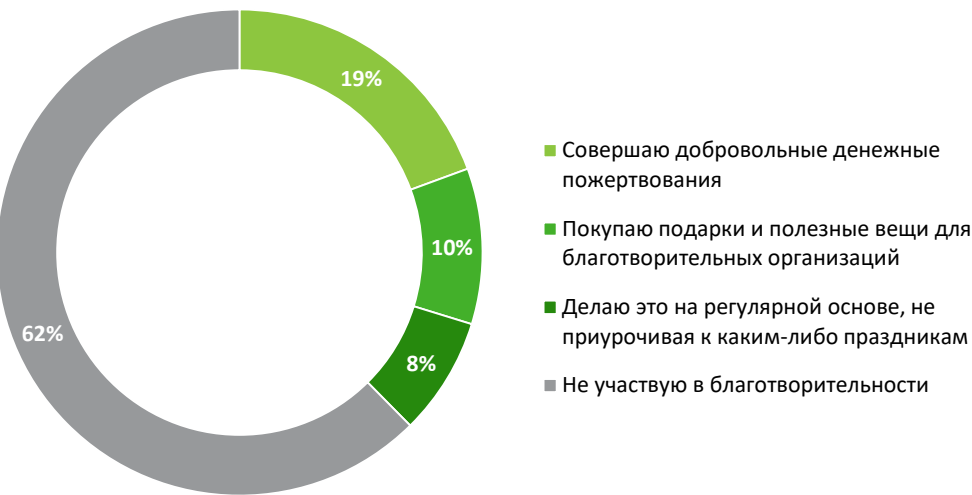
Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты

Благотворительность как новогодний подарок



Благотворительность и пожертвования

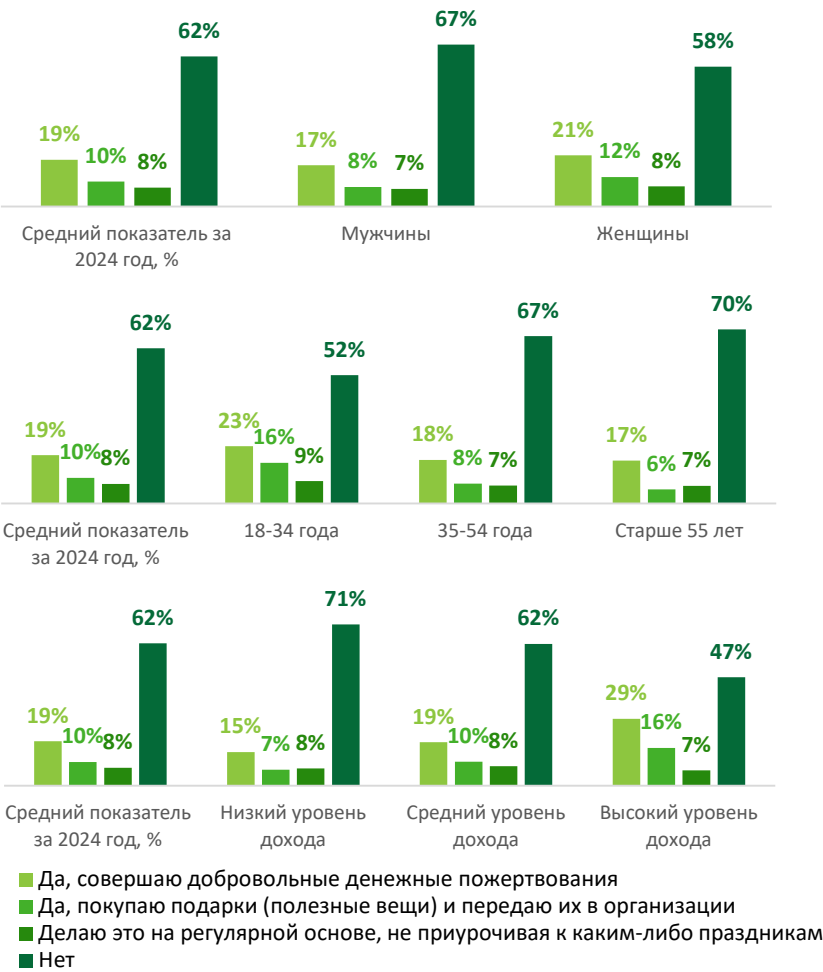


В период новогодних праздников 19% россиян перечисляют денежные средства в благотворительные организации, а 10% передают подарки и вещи в учреждения.

Среди респондентов со средним уровнем дохода 38% делают пожертвования и приобретают необходимые вещи как в праздничные дни, так и на постоянной основе. Среди опрошенных с высоким уровнем дохода этот показатель достигает 53%.

Наиболее активно жертвуют и дарят подарки некоммерческим организациям респонденты в возрасте от 18 до 34 лет (48%).

8% участников опроса занимаются благотворительностью вне зависимости от праздников. Преимущественно это респонденты в возрасте от 18 до 34 лет со средним уровнем дохода.



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

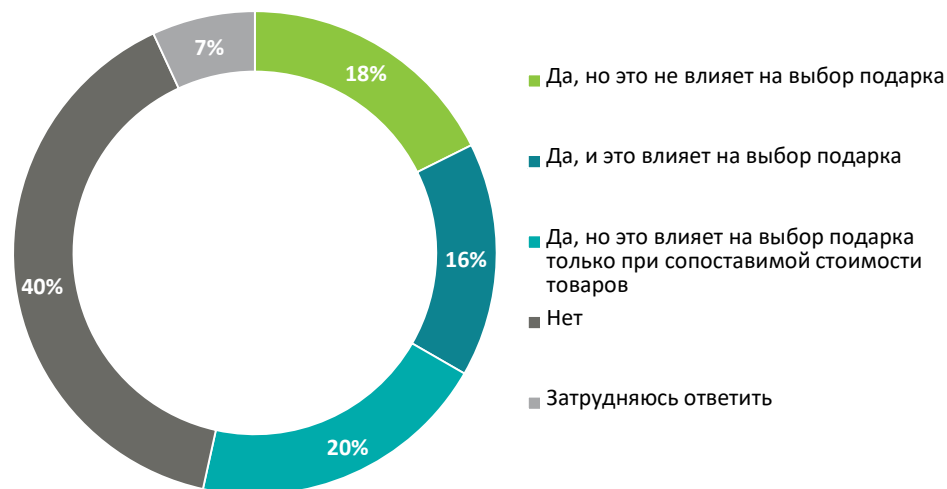
Контакты



Экологичность товара и его упаковки важна, но не определяет выбор



Влияние экологичности подарка на его выбор в 2024 году



53% россиян обращают внимание на экологические характеристики подарков и их упаковки. Однако только **16%** учитывают этот аспект при выборе подарка. Вопрос экологичности более актуален для женщин (58%), чем для мужчин (48%).

20% респондентов не готовы переплачивать за экологичные подарки.

40% опрошенных не обращают внимания на экологичность подарка и упаковки. Данная тенденция более выражена среди мужчин — 45%.

Влияние экологичности подарочной упаковки на ее выбор в 2024 году



30% россиян стараются без крайней необходимости не упаковывать подарки.

17% опрошенных используют для упаковки подарков исключительно перерабатываемые материалы. Этот подход особенно характерен для россиян в возрасте от 18 до 35 лет (25%) и для граждан с высоким уровнем дохода (30%).

43% респондентов не учитывают экологический аспект при выборе упаковки — это больше, чем в 2021 году (38%)*.

*предыдущее исследование было опубликовано в 2021 году, Данные за 2022–2023 годы не опубликованы.

Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты



Россияне не готовят сани летом: каждый четвертый покупает подарки на последней неделе декабря

Сроки приобретения подарков



Традиционно около половины россиян (46%) намерены приобрести подарки во второй половине декабря. Поздние покупки могут быть связаны с периодом новогодних премий.

34% россиян рассчитывают купить подарки до второй половины декабря.

Доля респондентов, планирующих купить подарки на последней неделе декабря, сократилась с 26% до 17%.

55% мужчин и 44% респондентов с низким уровнем дохода более склонны совершать покупки в последний момент, тогда как 40% женщин и 42% обеспеченных россиян обычно приобретают подарки заранее, до начала новогодней суеты.



Методология исследования

Ключевые результаты исследования

Экономика и благосостояние: настроения и покупательная способность потребителей

Структура новогоднего бюджета россиян: ожидания и реальность

Многоканальная розничная торговля: интернет как неотъемлемая часть процесса совершения покупок

Поведение потребителей: как россияне принимают решения о покупках и когда их совершают

Контакты

Контакты



Владимир Бирюков

Управляющий партнер
Руководитель Группы по оказанию
услуг компаниям сектора
розничной и оптовой торговли и
дистрибуции в СНГ
Департамент аудиторских услуг
vbiryukov@delret.ru



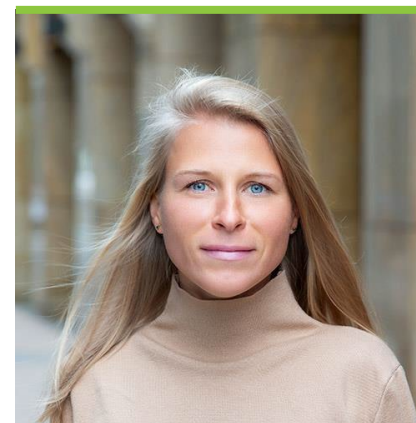
Василий Подобедов

Партнер
Группа по оказанию услуг
компаниям сектора розничной и
оптовой торговли и дистрибуции
Департамент аудиторских услуг
vaspodobedov@delret.ru



Екатерина Кирасирова

Руководитель Группы по
организации бизнес-мероприятий
Департамент развития бизнеса
ekirasirova@delret.ru



Евгения Трещалина

Менеджер Группы методологии
бухгалтерского учета и аудита
Департамент аудиторских услуг
evtreshchalina@delret.ru

Методология исследования

Ключевые результаты
исследования

Экономика и благосостояние:
настроения и покупательная
способность потребителей

Структура новогоднего
бюджета россиян: ожидания
и реальность

Многоканальная розничная
торговля: интернет как
неотъемлемая часть процесса
совершения покупок

Поведение потребителей:
как россияне принимают
решения о покупках и когда
их совершают

Контакты





ДЕЛОВЫЕ РЕШЕНИЯ И ТЕХНОЛОГИИ

BUSINESS SOLUTIONS AND TECHNOLOGIES



delret.ru

Настоящее сообщение содержит информацию только общего характера. При этом компании, действующие под брендом «Деловые Решения и Технологии» (Группа ДРТ, delret.ru/about), не предоставляют посредством данного сообщения каких-либо консультаций или услуг профессионального характера. Прежде чем принять какое-либо решение или предпринять какие-либо действия, которые могут отразиться на вашем финансовом положении или состоянии дел, проконсультируйтесь с квалифицированным специалистом. Ни одна из компаний Группы ДРТ не несет ответственности за какие-либо убытки, понесенные любым лицом, использующим настоящее сообщение.