

Почти половина россиян часто или периодически совершают незапланированные покупки. В большинстве случаев речь идет о мелких тратах — шоколадке, продающейся на кассе магазина, или стаканчике кофе по дороге на работу. Спонтанную покупку дорогого гаджета или поездку на выходные в другой город наши соотечественники позволяют себе редко. Соответственно, подобные траты обходятся в скромные суммы — не более 1 тыс. рублей. Чаще всего совершают импульсивные покупки в офлайн магазине, их доля в онлайн минимальна. Таковы данные опроса\*, проведенного СК «Росгосстрах Жизнь» и банком «Открытие» в рамках серии исследований по финансовой грамотности и экономическому поведению россиян.

Респондентам предлагалось ответить на вопрос, совершают ли они незапланированные покупки во время плановых походов в магазин, прогулок или по дороге на работу. Почти половина граждан «часто» (20%) или «периодически» (27%) подвержены внеплановым покупкам. Женщины склонны к спонтанности заметно чаще мужчин (58% против 42%).

В основном люди необдуманно покупают продукты питания (34%), одежду (28%), книги (14%), детские игрушки (11%) и компьютерные игры (10%). Очень редко внезапно организуют себе поездку на отдых (5%) и посещают развлекательные мероприятия (4%). Каждый четвертый (25%) указал, что иногда может завернуть в кафе / ресторан / кофейню по дороге на работу или во время прогулки.

Подобные траты обходятся, как правило, в небольшие суммы — чаще всего до 1 тыс. рублей (38%) или в 1-5 тыс. рублей (30%). Каждый пятый может импульсивно потратить 5-15 тыс. рублей (21%). 8% — 15-30 тыс. рублей. Доля тех, кто расстаётся с более крупными суммами во время спонтанного шопинга, не превышает 4%.

Подавляющее большинство опрошенных совершают незапланированные покупки во время пребывания в магазине перед полками с товарами (82%). И лишь 8% участников опроса делают случайные покупки в онлайн-магазинах.

В числе регионов, жители которых чаще всего балуют себя небольшими незапланированными покупками — Санкт-Петербург и Ленинградская область (80%), Свердловская область (79%) и Московский регион (78%).

«Мы продолжаем серию исследований, связанных с финансовой грамотностью и экономическим поведением россиян. В частности, этот опрос показал, что достаточно много людей склонны к спонтанным и не всегда обдуманым тратам. Такой подход с точки зрения финансово грамотного поведения – не совсем верный и говорит о том, что люди в большей степени подвержены сиюминутным удовольствиям и не задумываются о своем будущем. В таких случаях желательно пересмотреть свое финансовое поведение, ведь грамотное управление финансами, выработка привычки копить на важные цели, в т.ч. позволяют сформировать крепкую подушку безопасности на случай непредвиденных обстоятельств в жизни», — комментирует директор блока маркетинга, член правления «Росгосстрах Жизнь» Наталья Белова.

Как мы писали на прошлой неделе в своем еженедельном обзоре, СДЭК совместно с интерактивным универмагом Shopping Live опросили более 1 тысячи пользователей на тему спонтанных покупок. Выяснилось, что чаще всего россияне тратят на еду и одежду. По результатам исследования СДЭК и Shopping Live, 39% опрошенных часто совершают спонтанные покупки, 61% — делают это крайне редко или никогда. Эмоциональность в шоппинге сильнее проявляется у женщин, особенно из таких крупных городов, как Москва и Санкт-Петербург. Респонденты также признались, что чаще всего незапланированно приобретают продукты, а именно сладости и деликатесы для себя или своих детей. На долю данной категории товаров приходится 28% ответов. На втором месте – одежда. В шоурумах спонтанно закупаются 17% опрошенных. Далее по популярности идут эмоциональные траты в ресторанах (13%), книжных магазинах (8%) и прочее. При этом респонденты в среднем расходуют от 1 до 5 тысяч рублей. Исследование показало, что 36% участников предпочитают совершать покупки онлайн. 34% опрошенных даже готовы ждать продолжительное время доставки, чтобы приобрести товары брендов, ушедших из России. Доставку в 69% случаев оформляют в ПВЗ или постамат, а не курьером. Опрос также затронул тему оттока брендов из России. Мнения граждан разделились: 22% уверены, что это необратимо продолжится. Однако 73% ожидают возвращения торговых марок в страну сейчас или через несколько лет. Тем не менее подавляющее большинство (55%) устраивает существующий ассортимент товаров и отечественные аналоги ушедшим брендам. Стоит отметить, что несмотря на убытки от эмоциональных покупок, респонденты преимущественно (32%) не планируют пересматривать свое отношение к ним, а 2% даже намерены совершать их чаще.

***Википедия страхования***