

В топ-листе маркетплейсы и онлайн-покупки, кофе и доставка еды

Большинство молодых россиян (83%) от 18 до 35 лет планируют свой бюджет заранее. При этом 68% не обходятся без спонтанных покупок. Чаще всего деньги уходят на маркетплейсы и онлайн-покупки (41%), а также на кофе (28%) и доставку еды (24%). Такие данные получили СберСтрахование жизни и Работа.ру в преддверии Финансового конгресса Банка России.

38% молодёжи сообщили, что регулярно планируют свои расходы наперёд, ещё 45% — время от времени. При этом 17% опрошенных так не делают, поскольку не видят в этом необходимости.

Импульсивные покупки остаются заметной частью повседневных расходов. Почти половина респондентов (48%) совершают их иногда — под настроение или по ситуации. Ещё 10% признались, что сталкиваются с такими покупками очень часто, а 10% — чаще, чем хотелось бы признавать. При этом 28% редко совершают незапланированные покупки, поскольку контролируют бюджет, а 4% не делают их никогда.

Чаще всего россияне тратят больше, чем планировали, на маркетплейсы и онлайн-покупки — такой вариант выбрал 41% опрошенных. На втором месте — кофе: перерасход по этой категории отметили 28% респондентов. Ещё 24% чаще тратят на заказ и доставку еды, 21% — на кафе и рестораны, ещё столько же (21%) — такси и транспорт. Путешествия назвали 14%, развлечения (кино, концерты, театр и другое) — 10%, онлайн-игры — 3%, различные онлайн-подписки (приложения, фильмы, музыка и другое) — 1%. При этом каждый десятый обычно укладывается в запланированный бюджет.

Спонтанные приобретения чаще всего совершаются из свободных денег после зарплаты — этот вариант выбрали 57% молодёжи. Ещё 39% используют для таких трат накопленные средства, 21% — кэшбэк и бонусные баллы, 14% — кредитную карту.

Ирина Корсакова, исполнительный директор СберСтрахования жизни: «Согласно исследованию, большинство молодых людей стараются планировать свой бюджет заранее, но при этом не могут отказать себе в импульсивных покупках. План не выдерживает столкновения с современными потребностями: чаще всего это заказы на

маркетплейсах и онлайн-покупки — 41%, кофе — 28% и доставка еды — 24%. Для таких расходов молодёжь активно использует, в том числе программы лояльности и кредитные карты. Кроме того, молодёжь не забывает и о финансовой грамотности. Так, с начала этого года треть (30%) оформленных договоров страхования жизни и здоровья владельцев кредитных карт пришлась именно на молодёжь до 35 лет.

Такая страховка поддерживает в случае потери дохода, например, из-за болезни. Как только человек закрывает больничный и подаёт онлайн-заявку по страховому случаю — страховая компания в течение пяти минут перечисляет на счет выплату. Ею можно распорядиться по своему желанию: направить на закрытие кредитной карты или потратить на другие расходы. За январь-июнь молодые владельцы кредитных карт получили 43 млн рублей выплат по страховым случаям.

На возрастную группу 36–55 лет приходится 44% оформленных договоров страхования жизни владельцев кредитных карт, 56–75 лет — 26%, старше 76 лет — менее 1%.

Исследование проведено в июне 2026 года во всех регионах России. В опросе приняли участие экономически активные жители страны от 18 до 35 лет.

Википедия страхования, 29.06.2026 г.