

Май 2025

Ежемесячный обзор

лучших статей, исследований
и материалов Ипсос Комкон

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ



Топ-5 типов поездок по России

Зачем россияне путешествуют по стране



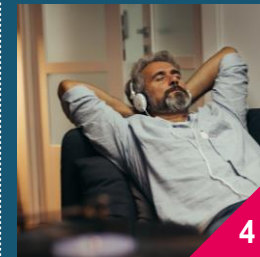
Отпуск и каникулы на даче

Как изменилось отношение к даче за последние 4 года



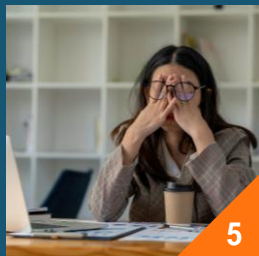
Топ-5 популярных соусов

Какие вкусы предпочитают россияне



Удовлетворенность жизнью и ответственность

Что показывает тренд



Выгорание на работе

Данные исследования РосИндекс



«Нервный климат»

Резкие перепады погоды и потребление



Сегментации в РосИндекс

Готовы к использованию в один клик



Социологические и маркетинговые исследования. Что рассказать о профессии?

Исследование ОИРОМ

Топ-5 типов поездок по России

Зачем россияне путешествуют по стране

Около половины опрошенных путешествовали по России в течение года. Поездки к друзьям и родственникам остаются главным мотивом поездок.

С этим могут быть связаны такие тренды как:

- **Креативный туризм.** Желание узнать больше о локальной культуре регионов России
- **Ностальгия.** Люди путешествуют, чтобы вспомнить места, где они были в молодости
- **Глэмпинг.** Отдых на природе, но с удобствами, как в отеле

РосИндекс – самое широкомасштабное исследование стиля жизни и потребления товаров и услуг в России.

ПОДРОБНЕЕ

Зачем россияне путешествуют по стране

49% опрошенных совершали поездки по России за 12 мес.

ТОП-5 типов поездок по России:



Источник: Ипсос Комкон. Исследование РосИндекс. 2024/Q4
Россияне 16+, города с населением 100 тыс+

ИПСОС КОМКОН

ИПСОС КОМКОН

Отпуск и каникулы на даче

Как изменилось отношение к даче за последние 4 года

У многих майские праздники неразрывно связаны с дачей.

- Доля россиян 16+, соглашающихся с высказыванием «Я люблю проводить отпуск, каникулы на даче» **значимо выросла** с 38% в 2021-м году до 40% в 2025-м году.
- Рост интереса к дачному отдыху произошел за счет двух возрастных групп: 25-44 лет (+4пп) и 45-65 лет (+2пп).
- Если в 2021-м году бесспорными лидерами в части любви к даче были представители возрастной группы 65+ (48%), то в 2024-м мы отметили **равенство предпочтений среди аудитории 25-44 лет и 65+ лет** (по 43% соответственно).

ПОДРОБНЕЕ

Отпуск и каникулы на даче

Любят проводить отпуск и каникулы на даче:



Источник: Ипсос Комкон. Исследование РосИндекс.
Россияне 16+ города с населением 100 тыс+

ИПСОС КОМКОН

ИПСОС КОМКОН

ТОП-5 популярных соусов

Какие вкусы предпочитают россияне

ТОП-5 популярных соусов



Источник: Ipsos Комкон. Исследование РосИндекс. 2024. Доля среди потребителей соусов. Россияне 16+, города с населением 100 тыс+.

ИПСОС КОМКОН

В топе у потребителей соусов по-прежнему майонез (63%) и кетчуп (46%).

- Самыми популярными видами кетчупа являются классический томатный и «Шашлычный»
- Среди видов майонеза лидирует «Провансаль», наименьшим спросом пользуется постный майонез

РосИндекс – самое широкомасштабное исследование стиля жизни и потребления товаров и услуг в России.

ОТКРЫТЬ

Выше удовлетворенность жизнью, меньше стремления к ответственности



Что показывает тренд

Выше удовлетворенность жизнью, меньше стремления к ответственности

Доля россиян, полностью удовлетворенных жизнью, **выросла на 7 пп.** с 2020 года

Полностью удовлетворены
своей нынешней жизнью



Не хотят ответственности,
предпочитают, чтобы им говорили, что делать

Источник: Ipsos. Исследование РосИндекс.
Население 16+ лет. Города России, 100+ тыс. жителей



Рост доли россиян, удовлетворенных жизнью (с 30% до 37% за пять лет), сопровождается и медленным ростом избегания ответственности (+2пп за пять лет).

С этим могут быть связаны такие тренды как:

- Рост спроса на сервисы, упрощающие жизнь (доставка, автоматизация быта)
- Популярность готовых решений (подписки, конструкторы)
- Развитие сервисов психологической поддержки

РосИндекс – самое широкомасштабное исследование стиля жизни и потребления товаров и услуг в России.

ОТКРЫТЬ

Каждый второй работающий испытывал признаки выгорания на работе



Данные исследования РосИндекс

Каждый второй работающий испытывал признаки эмоционального выгорания



Источник: Ipsos Комкон. Исследование РосИндекс. 2024
Россияне 16+, города с населением 100 тыс+. Работают

ИПСОС КОМКОН

За год данные не показывают значимого прироста, хотя и падения тоже не отмечается.

- Каждый четвертый работающий обсуждал проблемы психического здоровья в близком кругу
- 15% работающих обращались за помощью к психологу, психотерапевту или психиатру

РосИндекс – самое широкомасштабное исследование стиля жизни и потребления товаров и услуг в России.

ОТКРЫТЬ

Как "нервный климат" может повлиять на потребление?

«Нервный климат» – это резкие перепады погоды, температурные рекорды и странное распределение осадков.

39% опрошенных россиян пользуются погодными сервисами онлайн хотя бы раз в неделю – чаще те, кому за сорок. Каждый десятый зумер пользуется использует приложение Метеодоктор, за прошедший год доля пользователей в этой группе выросла на 4пп.

Как это может сказаться на потреблении товаров и услуг:

- **Здоровье:** рост продаж витаминов, иммуностимуляторов, БАДов для снижения метеозависимости.
- **Метео-красота:** товары «для +30° и –30°». Например, косметика с SPF и зимним уходом в одной линейке. И другое.

По данным исследования РосИндекс – самого масштабного исследования стиля жизни и потребления товаров и услуг в России.

ПОДРОБНЕЕ



Сегментации в РосИндекс

Готовы к использованию в один клик

СЕГМЕНТАЦИИ В РОСИНДЕКС: RULS LIFESTAGE WORD OF MOUTH ПСИХОГРАФИКА

ИПСОС КОМКОН

В прошлом выпуске мы говорили [об особенностях и ограничениях поколенческого маркетинга](#).

Пользуясь случаем, мы продолжаем тему и хотим напомнить вам и о других сегментациях, встроенных в наши синдикативные исследования.

Сегментации:

- RULS – Russian Life Style
- Lifestage – Этапы жизни
- Word of Mouth – Коммуникативные группы
- Психографика

ОТКРЫТЬ СЕГМЕНТАЦИИ

СТАТЬЯ «ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ:
ОТКАЗ ОТ СТЕРЕОТИПОВ»

Социологические и маркетинговые исследования. Что рассказать о профессии?

Продолжается исследование ОИРОМ путей попадания молодых талантов на работу в отрасли социологических и маркетинговых исследований

Комитет ОИРОМ по работе с молодежью подготовил удобные карточки-подсказки, что и как рассказать школьникам и студентам о профессиях в социологических и маркетинговых исследованиях.

Карточки будут полезны:

- учителям обществознания,
- профориентологам,
- преподавателям профильных ВУЗов,
- Ребятам, которые рассматривают или уже выбрали для себя наши направления.

ОТКРЫТЬ
КАРТОЧКИ

РОЛИК
«КРУТО БЫТЬ СОЦИОЛОГОМ»



ЧЕКЛИСТ

ЧТО РАССКАЗАТЬ ШКОЛЬНИКУ И СТУДЕНТУ О ПРОФЕССИЯХ

в социологических и
маркетинговых исследованиях

1. Чем отличаются социологические и маркетинговые исследования. Какие они бывают
2. Какие задачи решают исследователи
Примеры применения на практике
3. Какие современные технологии используют исследователи
4. Какими личными качествами должен обладать настоящий исследователь
5. Кто чем занимается в проектной команде и почему исследователи не ходят с анкетами по улицам и по квартирам
6. Где может работать исследователь
7. Как стать исследователем

КОНТАКТЫ

Выпуски можно найти на нашем сайте
www.ipsos-comcon.ru и в наших социальных сетях.

Свои комментарии и идеи вы можете направить через
наш бот [@ipsos_in_russia_bot](https://t.me/ipsos_in_russia_bot)

Подписывайтесь на наши соцсети, чтобы узнавать о
новых материалах сразу, как они выходят!

TG: Ипсос Комкон



BK: Ипсос Комкон



www.ipsos-comcon.ru

@Ипсос Комкон

ИПСОС КОМКОН

