

Молодежь чаще тратит на супермаркеты, транспорт, кафе и рестораны

28.06.2025



Россияне до 35 лет предпочитают туристические поездки в Москву (20%), Краснодарский край (10%), Санкт-Петербург (8%), а также в Ростовскую (4%) и Свердловскую области (2%). В число регионов, набирающих популярность, вошли Тульская, Костромская и Вологодская области.

Среди зарубежных направлений лидируют Беларусь (35%), Узбекистан (19%), Таджикистан, Казахстан, Киргизия (по 7%). При этом в несколько раз выросла популярность Японии и Вьетнама.

«В этом году молодежь стала чаще путешествовать. При этом мы видим поколенческие различия и в частоте поездок, и в предпочтительных направлениях. Так, например, на зумеров приходится 60% путешествий по стране и 51% за границу. Представители этого поколения заметно чаще отправляются в Адыгею (73% от всей молодежи, путешествующей в Адыгею) и Карачаево-Черкесскую Республику (68%). Миллениалы, в свою очередь, предпочитают исследовательский и экспедиционный туризм на Камчатке (61%). Из заграничных направлений у зумеров популярнее ЮАР (73%), Марокко (61%) и Казахстан (60%), у миллениалов – Шри-Ланка (73%), Мальдивы (70%) и Азербайджан (64%)», – рассказала Ольга Котельникова, руководитель отдела маркетингового анализа в сервисе

путешествий Туту.

По данным ВТБ, пользователи в возрасте от 18 до 35 лет демонстрируют рост как по сумме трат, так и по количеству покупок. Особенно выделяются клиенты 26–35 лет: их средний чек вырос на 7%, что указывает на возрастающую транзакционную активность этого поколения. Наиболее популярными категориями расходов для клиентов 18–25 лет остаются супермаркеты, кафе и рестораны, транспорт, а также хобби, одежда и обувь. У аудитории постарше – 26–35 лет – топ категорий немного отличается: на первом месте супермаркеты и продукты, далее идут транспорт, покупки для дома, кафе и рестораны, а также медицинские услуги и салоны красоты.