

Подарки на гендерные праздники: влияние на платежное поведение

Исследование

DA
TA
insight

РБК.
money

2020

Цель исследования

1. Проанализировать платежное поведение покупателей при выборе подарков на гендерные праздники
2. Исследовать покупательское поведение и особенности использования онлайн-платежей при покупках и оплате услуг.
3. Выяснить, какие способы наиболее востребованы в разных случаях, что удобно, а что вызывает затруднения, какие факторы важны при выборе способа платежа
4. Описать плюсы и минусы разных способов платежей с точки зрения покупателей.

Методика

Было проведено онлайн-исследование (CAWI) с квотированной выборкой пользователей интернета:

- мужчины и женщины в возрасте от 18 до 64 лет,
- постоянно живут в России,
- за последние 30 дней любым способом оплачивали покупки или услуги.

Всего опрошено 1 409 человека

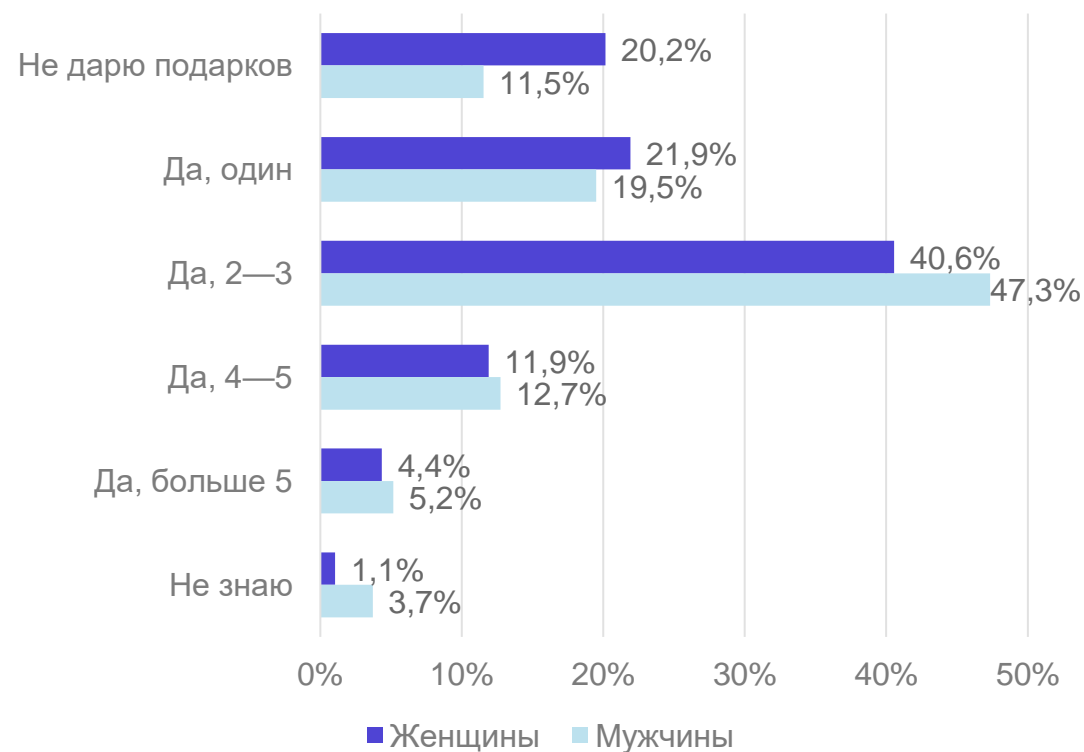
На гендерные праздники женщины дарят меньше подарков, чем мужчины

Доля женщин, которые вообще не дарили подарков на 23 февраля 2020, почти в два раза больше, чем мужчин, которые не дарили подарков на 8 марта.

Женщины немного чаще обходились всего одним подарком, а больше пяти подарков мужчины и женщины делали примерно поровну. **Больше всего и мужчин, и женщин подарили 2-3 подарка.**

63% женщин и 53% мужчин ответили, что дарят немного подарков — только самым близким людям. По 11% мужчин и женщин, наоборот, стараются подарить что-нибудь всем окружающим, хотя бы и небольшие сувениры.

Собираетесь ли вы покупать подарки, и если да, то сколько?



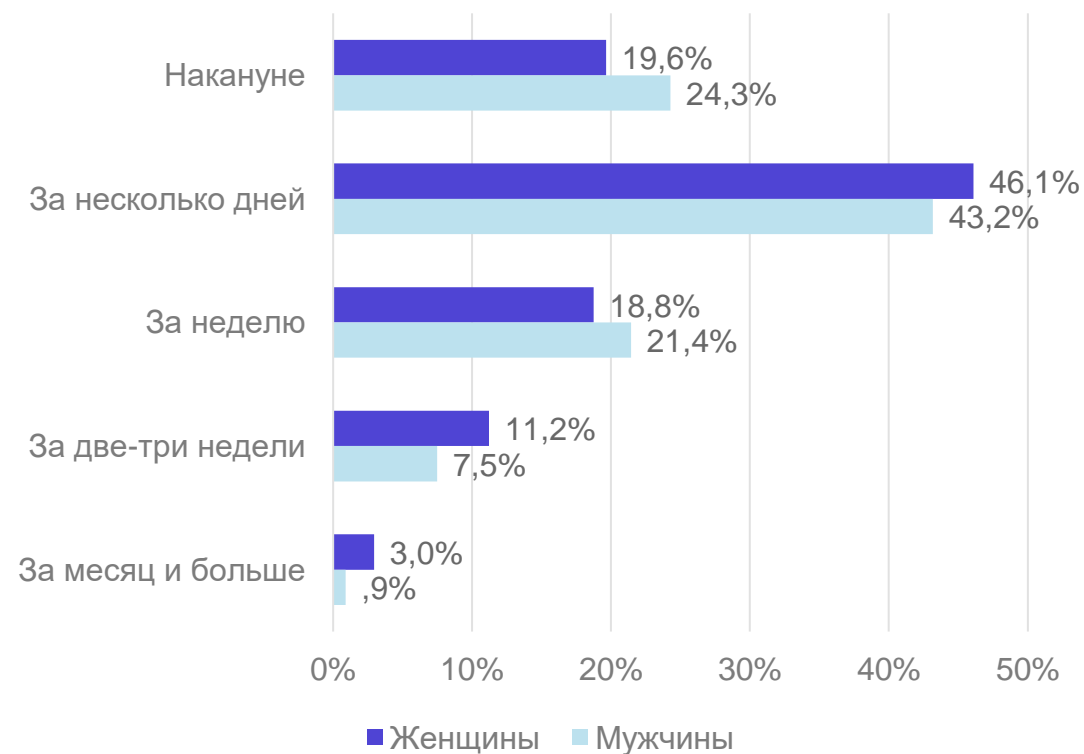
Мужчины чаще выбирают подарки в последний момент

Почти четверть респондентов-мужчин собирались купить подарки накануне праздника. При этом с утверждением «Я покупаю и дарю подарки в последний момент» согласны только 14% мужчин.

Женщины чаще покупают подарки сильно заранее, за две-три недели и даже больше. 40% женщин заранее знают, какой кому подарок подарят.

Людей, которые покупают подарки в течение всего года и откладывают их до праздников, незначительное количество — по 3% и мужчин, и женщин.

За какое время до праздника вы собираетесь купить подарки?



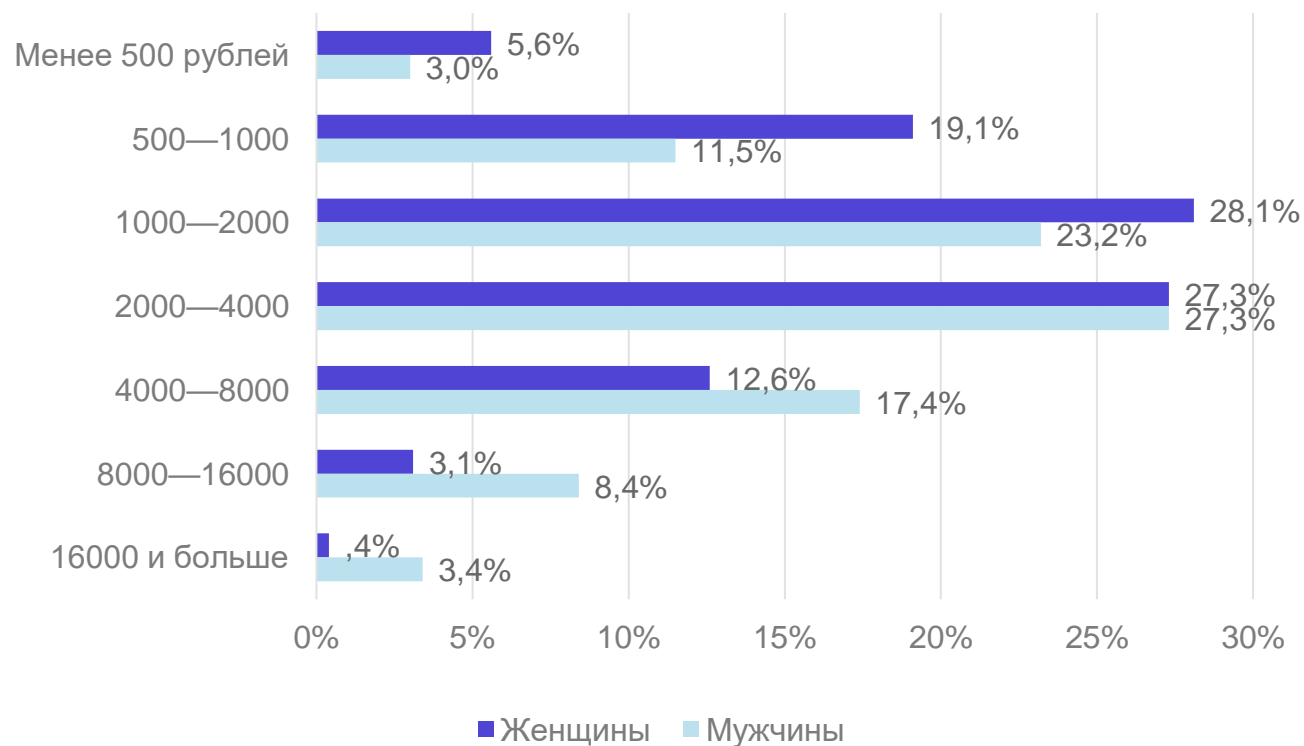
Мужчины дарят более дорогие подарки

У четверти женщин подарочный бюджет не превышает 1000 рублей. Мужчин с таким бюджетом — всего 15%.

29% мужчин тратит на подарки более 4000. Такая сумма заложена в бюджете 16% женщин.

Примерно одинаковые доли мужчин и женщин — по 4% — считают, что тратят на подарки на гендерные праздники слишком много денег.

Сколько суммарно вы планируете потратить на подарки на 14 февраля, 23 февраля и 8 марта?



Самый главный фактор при покупке подарка — желание того, кому дарят, а не цена

В целом, на мужчин и женщин влияют схожие факторы. **Для женщин немного важнее те, которые связаны со стоимостью** — цена, скидки, кэшбек, а **для мужчин — те, которые связаны с удобством покупки** (легкость покупки, удобный способ оплаты).

Среди трёх дополнительных факторов мужчины чаще всего называют удобный способ оплаты, невысокую цену и лёгкость покупки, а женщины — невысокую цену, удобный способ оплаты и скидку.

Выберите самый главный фактор при принятии решения о покупке

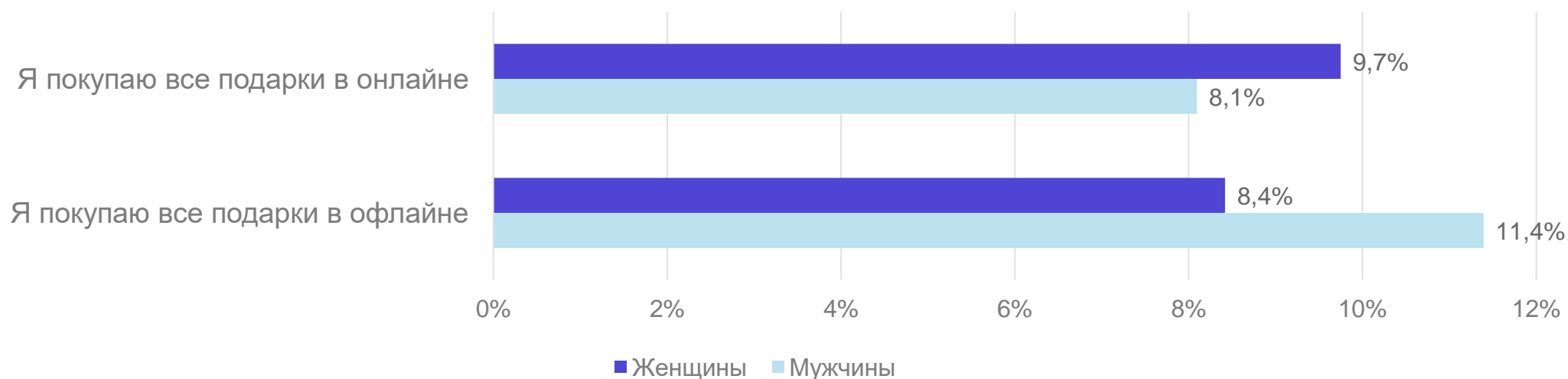


Большинство людей покупает подарки и в онлайн, и в офлайне

Женщины чаще совершают все покупки в интернет-магазинах, а мужчины — в офлайне.

Одна из причин этого — что мужчины чаще покупают всё в последний момент, и в этом случае надёжнее оказывается самому поехать в магазин.

Приблизительно по трети мужчин и женщин (32%) выбирают подарок уже на месте, когда приходят в магазин.

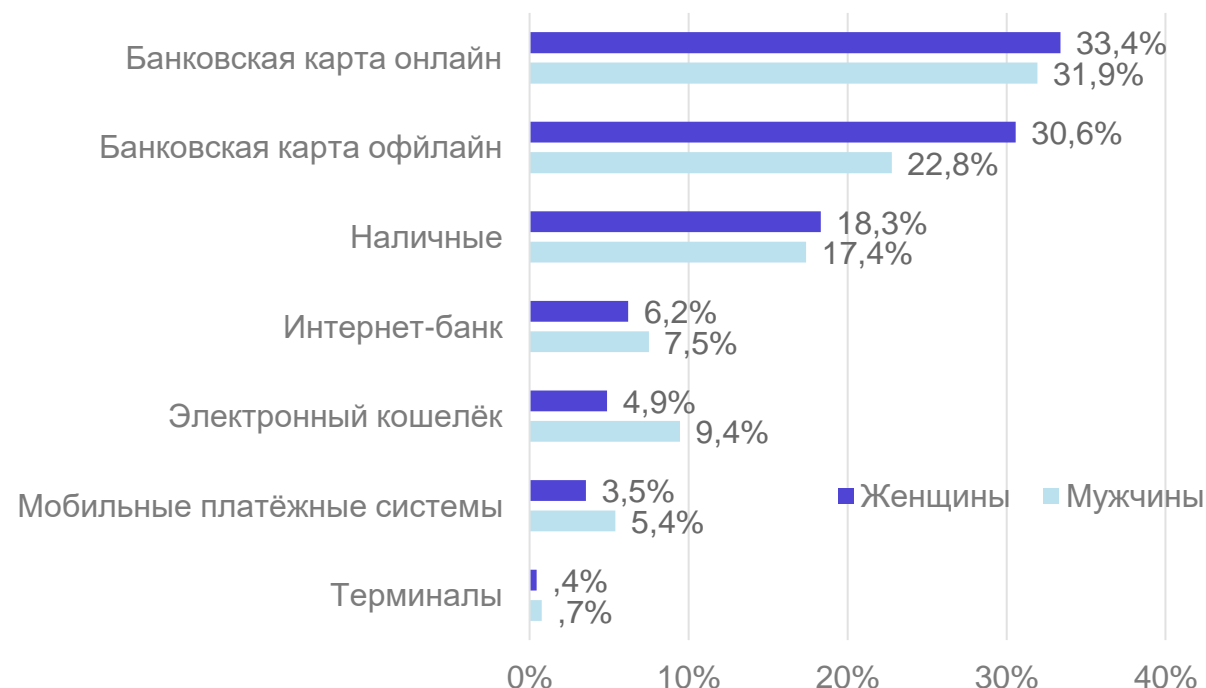


При оплате подарков мужчины чаще используют менее популярные способы

При заказе подарков из интернет-магазина популярнее всего самые распространённые и в других сферах способы оплаты — онлайн-платёж банковской картой (при заказе), офлайн-платёж картой (при получении) и наличные.

Особенно заметно это у женщин — **одним из трёх самых популярных способов пользуются 82% респонденток. У мужчин заметно выше доля использования менее популярных способов — 28% предпочитают какой-то из них.**

Какой метод платежа вы предпочитаете при доставке из интернет-магазина?



Подключаем актуальные и популярные методы оплаты



Банковские
карты



Наличные
деньги



Мобильная
коммерция



Электронные
деньги



СБП



Пополнение
счетов



Интернет-
банкинг



Кредитование



Сплитование



Samsung Pay



Google Pay



Apple Pay

Разрабатываем востребованные отраслевые платежные сервисы



Игры



Маркетплейсы



Онлайн-ритейл



Такси



Трэвел



Сервисы
по подписке



ЖКХ



МФО и банки

Предлагаем бесшовные решения для роста онлайн- оборота

RVK.
money

Разработчик и оператор собственной **платежной платформы** как коробочного, так и Open-source решения

18 лет непрерывной работы на рынке электронных платежей

Международная платежная платформа, предоставляющая услуги **30 тыс. компаниям** в более **60 странах**

Индивидуальный тариф по промо-коду «I know it»



 www.rbk.money

 [/rbkmoney](https://vk.com/rbkmoney)

 [/RBK.money](https://fb.com/RBK.money)

 [/company/rbkmoney](https://company.linkedin.com/rbkmoney)



А поговорить?

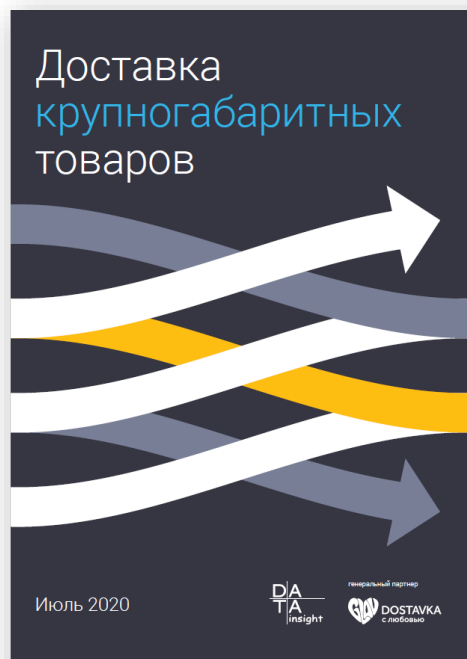
pr@rbk.money
sales@rbk.money

+7 (495) 648-68-58
+7 (495) 660-38-91

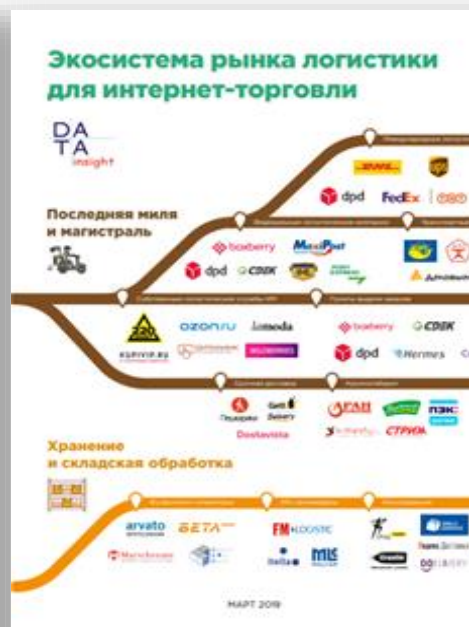
Партнеры Data Insight



Публичные исследования Data Insight



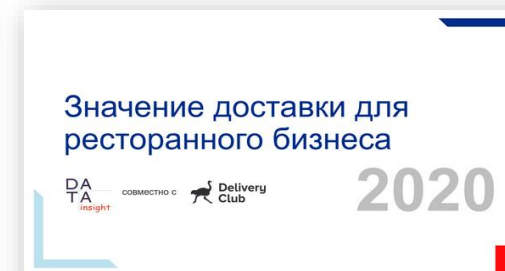
Доставка крупногабаритных товаров 2020



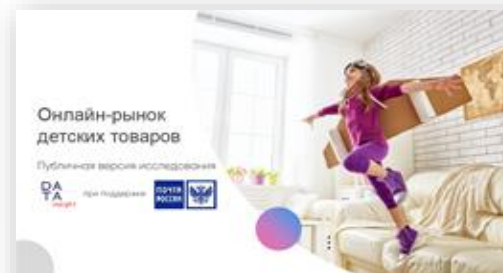
Экосистема логистики 2019



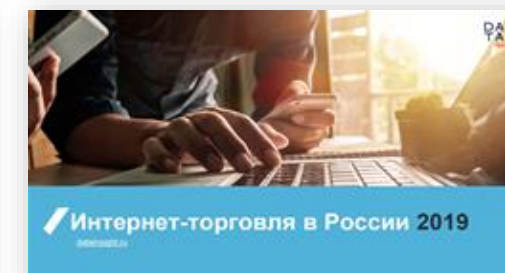
Онлайн-рынок одежды и обуви



Значение доставки для ресторанного бизнеса



Онлайн-рынок детских товаров



Интернет-торговля в России 2019


Data Insight

Data Insight - первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях** и **консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Наши публичные **исследования** – datainsight.ru/public

Связаться с нами:

 a@datainsight.ru

 +7 (495) 540 59 06

 datainsight.ru



t.me/DataInsight



Facebook.com/DataInsight



Slideshare.net/Data_Insight



Zen.yandex.ru



[Data Insight](https://DataInsight)