АТЛАС

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА

Новые привычки. Новый рынок.

Как меняется спрос и где появляются возможности



ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ МАКЕТ · УЧЕБНЫЕ ДАННЫЕ · НЕ КЛИЕНТСКИЙ КЕЙС · YaSlide

Главные выводы

Покупают чаще. Выбирают точнее.

Аудитория ценит удобство и качество. Рост категории зависит от того, насколько продукт встроен в повседневные сценарии.

5,7%	Рост в натуральном выражении
18,1%	Рост в денежном выражении
11,7%	Изменение средней цены

ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ МАКЕТ · УЧЕБНЫЕ ДАННЫЕ · НЕ КЛИЕНТСКИЙ КЕЙС · YaSlide

Что стоит за данными

1 200

участников опроса

Городские жители 18–55 лет.
Онлайн-опрос, сентябрь 2026.

01 · Сформировали выборку

Проверили профиль участников и баланс по возрасту.

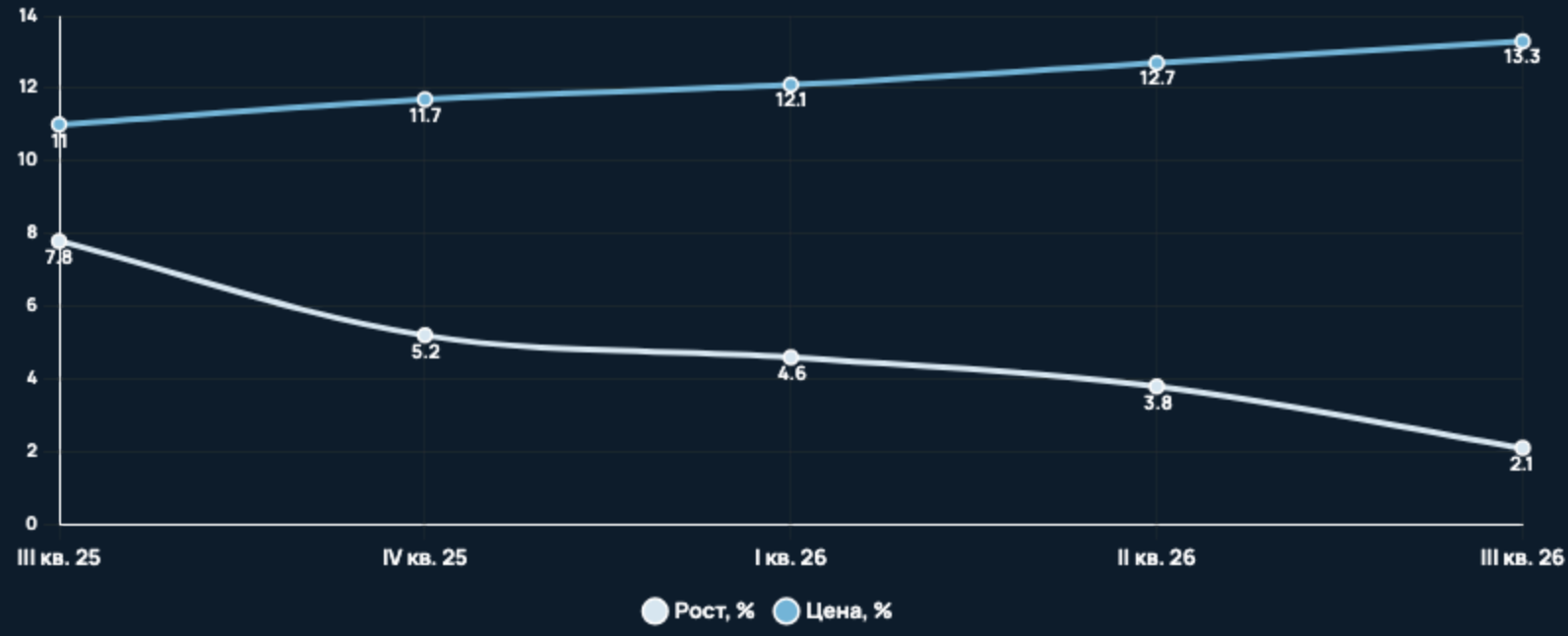
02 · Собрали ответы

Изучили частоту покупок, мотивацию и барьеры.

03 · Сравнили сигналы

Сопоставили опрос с динамикой категории и цен.

Рост и цена расходятся



13,3%

Покупатели платят больше, а реальный рост замедляется. Удобство должно сочетаться с понятной ценностью.

Источник: иллюстративные данные

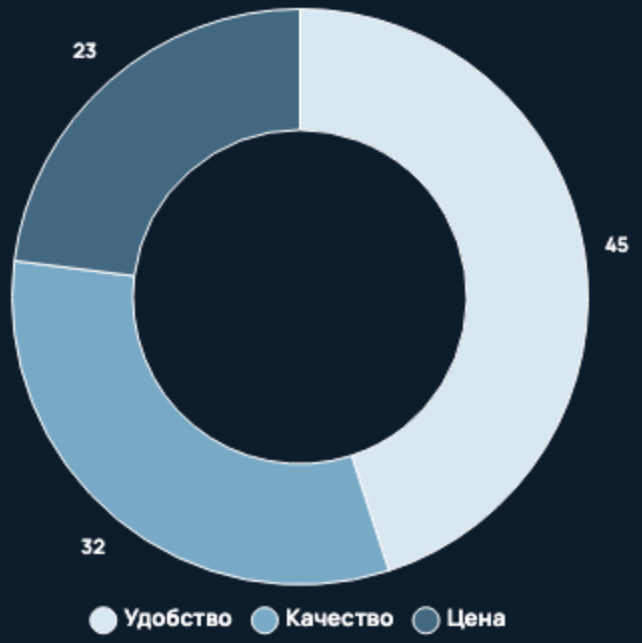
Динамика по периодам

Период	Рост рынка	Рост цены	Сигнал
IV кв. 2025	5,2%	11,7%	Стабильный спрос
I кв. 2026	4,6%	12,1%	Рост чувствительности
II кв. 2026	3,8%	12,7%	Поиск альтернатив
III кв. 2026	2,1%	13,3%	Фокус на ценности

Источник: иллюстративные данные

ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ МАКЕТ · УЧЕБНЫЕ ДАННЫЕ · НЕ КЛИЕНТСКИЙ КЕЙС · YaSlide

Разные люди. Разные мотивы.



Удобство · 45%

Выбирают то, что экономит время каждый день.

Качество · 32%

Ищут понятный состав и надёжный опыт.

Цена · 23%

Сравнивают альтернативы и оценивают выгоду.

Источник: иллюстративные данные