

М.Видео-Эльдорадо назвала необходимые россиянам гаджеты для счастья

11 июня 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), вместе с бренд-медиа [«Эльдоблог»](#) и платформой UX Feedback провели опрос¹ и выяснили, какие гаджеты россияне покупали в моменты радости или стресса, и какие эмоции за этим стояли. Оказалось, что техника для дома и цифровые устройства не просто выполняют утилитарную функцию — они все чаще становятся способом выразить чувства, справиться с тревогой или, наоборот, отпраздновать приятные события.

Главный редактор портала «Эльдоблог» бренд-медиа М.Видео-Эльдорадо Нина Данилина:

«Мы провели это исследование, чтобы узнать, какие гаджеты россияне покупают в моменты радости и стресса, и что ими движет — эмоции или практичность.

Выяснилось, что в состоянии стресса выбор чаще всего связан с желанием восстановить контроль, комфорт и уединение. Явных лидеров среди гаджетов в такие моменты нет, но наушники (10%) оказались наиболее популярны — как способ создать личное пространство. В отличие от покупок в период радости, эмоциональных и ярких, стрессовые покупки выглядят более осознанными и утилитарными.

Если судить по категориям — в радости чаще берут дорогие гаджеты: новенькие смартфоны, планшеты, телевизоры. В стрессе — больше мелких покупок для комфорта (те же наушники, массажеры, мелкая бытовая техника)».

В моменты радости — после отпуска, в день рождения или по случаю успеха — россияне чаще всего выбирают дорогие и значимые покупки. Так, почти четверть опрошенных (24%) в такие периоды приобретали новый смартфон или планшет. На втором месте по популярности оказались наушники, портативные колонки и техника для кухни — по 8%. Чуть реже в качестве «подарка себе» выбирают телевизоры и проекторы (7%), ноутбуки (6%) и даже садовый инвентарь и инструменты (5%). Также россияне радуют себя гаджетами для красоты, фитнес-браслетами и умными часами, игровыми приставками, кофемашинами и умными колонками. Покупки в этот момент мотивированы не столько практичностью, сколько желанием «порадовать себя» (39%) или «усилить положительные эмоции» (27%). Для 12% это — награда за достижение, а для еще 12% — возможность поделиться радостью с близкими.

Когда же россияне испытывают стресс, их потребительское поведение меняется. На первый план выходят покупки, помогающие восстановить контроль, расслабиться или создать ощущение уюта. В такие моменты чаще всего приобретаются наушники (10%) — особенно модели с шумоподавлением, а также гаджеты для релаксации, такие как массажеры и ароматодиффузоры (8%). Популярны телевизоры и проекторы (6%), техника для кухни и устройства для повышения продуктивности — ноутбуки, мониторы и другие удобные в быту девайсы. Среди менее очевидных, но распространенных покупок — электронные книги, пылесосы, фитнес-гаджеты и даже техника для дачи. По словам самих участников исследования, такие товары помогают отвлечься, «заземлиться» и вернуть ощущение стабильности.

Особое внимание в исследовании уделено так называемым «неожиданным антистресс-покупкам». Например, некоторые респонденты признавались, что купили снасти для рыбалки, даже не имея возможности отправиться на водоем. Кто-то приобрел поилку-фонтан для домашнего питомца, набор фломастеров для рисования или просто сладости. Эти спонтанные приобретения стали своеобразной психотерапией и способом вернуть себе эмоциональный баланс.

Интересно, что в периоды радости россияне склонны тратить больше — именно в эти моменты совершаются более дорогие и значимые покупки. В то время как в стрессе потребление становится фрагментированным, с упором на недорогие, но полезные вещи, создающие ощущение заботы о себе. Иначе говоря, грусть — это про «пластырь», а радость — про «награду».

¹ В опросе приняли участие 2657 человек

О Компании

М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. В периметр Компании входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла, и финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

Компания М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru