МИР

Платежное поведение населения РФ (U&A) 2022

ОТЧЕТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ
КОЛИЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Январь, 2023

Методология исследования

Мужчины/ женщины в возрасте 18+ лет

Вся Россия, города с населением 100+ тыс.

Онлайн-интервью

Длительность интервью: 40-45 минут

Общее количество: 4007 чел. (из них буст 18-24 лет 200 чел.)

География проекта

Федеральные округа	% распределения
Центральный федеральный округ	32%
Приволжский федеральный округ	19%
Сибирский федеральный округ	11%
Северо-Западный федеральный округ	11%
Южный федеральный округ	10%
Уральский федеральный округ	8%
Дальневосточный федеральный округ	5%
Северо-Кавказский федеральный округ	4%
Всего	100%

Страты	% распределения
1 млн+	44%
от 500+ до 1 млн	19%
от 250+ до 500 000	19%
от 100+ до 250 000	18%
Всего	100%

Пользование платежными сервисами и банковскими продуктами

Пользование банковскими продуктами

- Помимо банковских карт, популярными продуктами являются вклады и счета. Меньшее число опрошенных имеют кредиты (33%).

	Тотал (Все опрошенные)
ВКЛАДЫ И СЕТА	**47%**
Накопительный счет	34%
Банковский вклад / депозит	24%
Вклад до востребования	18%

	Тотал (Все опрошенные)
ИНЫЕ УСЛУГИ	**5%**
Инвестиционные продукты, ПИФы	3%
Банковская ячейка	0%
Платежные требования и пр.	0%
Другое	4%

	Тотал (Все опрошенные)
КРЕДИТЫ	**33%**
Кредит в банке	20%
Ипотека	9%
Рассрочка от банка	7%
POS-кредит	6%
Кредит в микрофинансах	4%
Автокредит	4%
База	*4007*

B1. Какими из перечисленных банковских продуктов/ услуг Вы пользуетесь в настоящее время?

Значимо выше / ниже, чем тотал

Оплата товаров и услуг

Предпочтения аудитории по способам оплаты

- Доля так называемых «адептов наличности» (наличные траты более 80%) составляет всего 6% от общей аудитории. Более половины в подавляющем большинстве случаев используют безналичную форму оплаты.
- Чаще других безналичную оплату используют проживающие в Москве, «адепты наличности» преобладают в городах с численностью 100-500 тыс. человек.

		Тотал	Муж	Жен	Москва	500+ тыс	100-500 тыс
Безналичные	Безналичные траты в месяц > 80%	53%	50%	55%	**60%**	52%	**49%**
Балансирующие	Пользуются наличными и безналичными	42%	43%	41%	**37%**	42%	43%
Адепты наличности	Наличные траты в месяц > 80%	6%	**7%**	**4%**	**3%**	5%	**7%**
База (все опрошенные, ответившие на вопрос)		*3948*	*1820*	*2128*	*635*	*1823*	*1490*

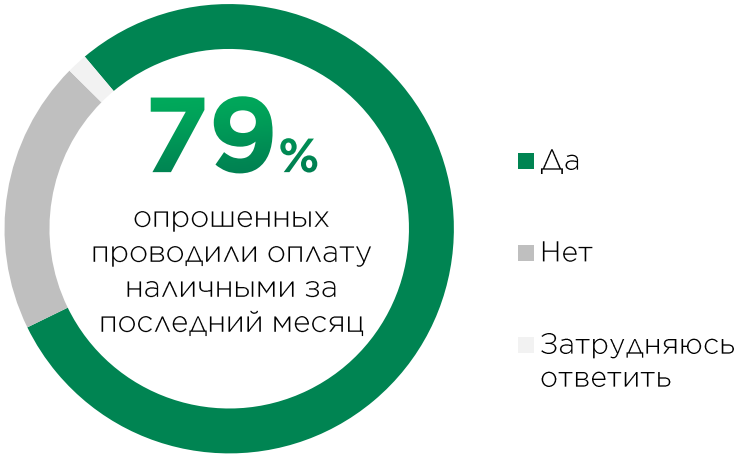
N1. За последний месяц Вы оплачивали что-либо наличными деньгами – в любом месте: в магазине/ какой-либо торговой точке или в руки курьеру/ продавцу? N2. Вспомните, пожалуйста, примерно Ваши личные траты за последний месяц. Какая доля трат пришлась на наличные деньги и безналичные способы оплаты?

Значимо выше / ниже, чем в тотале

Доля и причины оплаты наличными

- 20% респондентов утверждают, что совсем не использовали наличные за последний месяц. Остальные так или иначе используют данный способ оплаты.
- Две основные ситуации, в которых используются наличные – это небольшие / карманные расходы и ‘когда физически не было возможности использовать безналичную оплату (сломан или отсутствует терминал)’. Остальные случаи использования наличных достаточно редки.

Доля, использующих наличные при оплате товаров и услуг



База: все опрошенные 4407

Причины использования наличных для оплаты любой категории товаров и услуг

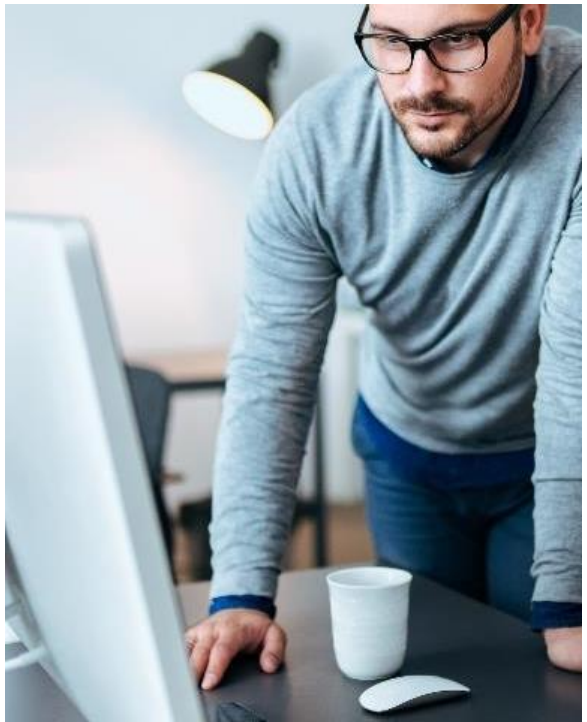
	% упоминания
Карманные / **небольшие расходы оплачиваю наличными**	45%
Не было возможности воспользоваться картой (сломан / отсутствует терминал)	42%
Продавец предложил скидку при оплате наличными	14%
Всегда предпочитаю оплачивать наличными	11%
Забыл / потерял карту	11%

База: оплачивали наличными хотя бы одну из категорий

N1. За последний месяц Вы оплачивали что-либо наличными деньгами – в любом месте: в магазине/ какой-либо торговой точке или в руки курьеру/ продавцу?
N7. Вы отметили, что при покупке определенных товаров и услуг оплачиваете их наличными. Почему Вы использовали / используете такой способ оплаты?

Пользование банковскими картами

- Типы и количество банковских карт
- Барьеры к пользованию банковскими картами



Типы карт / количество карт

по держателям карт

- Среди держателей активных банковских карт – 22% «однокарточников» и 78% «мультикарточников».
- Держатели одной банковской карты преимущественно имеют дебетовую карту (48%), треть – зарплатную карту (31%) и еще каждый пятый имеет социальную карту (19%).
- Структура «мультикарточников» по типам карт в целом такая же, при этом, начиная с третьей карты, чаще встречается кредитная карта и карта рассрочки.
- Владение социальными картами значимо выделяется в группе с 4-мя картами и более.

	Тотал	Держатели 1-ой карты	«Мультикарточники»		
			2 карты	3 карты	4 и более
Доля среди всех держателей активных карт	100%	22%	37%	26%	15%
Дебетовая	74%	48%	73%	87%	91%
Зарплатная	53%	31%	54%	64%	65%
Кредитная	29%	2%	21%	45%	64%
Карта рассрочки	6%	0,1%	3%	10%	15%
Социальная карта	24%	19%	23%	27%	32%
База (держатели активных карт)	*3538*	*771*	*1324*	*926*	*516*

K3. К какому типу относится каждая Ваша банковская карта?
K1. Вы отметили, что у Вас есть по крайней мере одна банковская карта. Сколько всего у Вас активных банковских карт?

Значимо выше / ниже, чем тотал

Барьеры пользования банковскими картами

Барьеры к пользованию	% упоминаний
Боюсь мошенничества	21%
Не уверен в безопасности платежей по карте	17%
Нет возможности пользоваться картой (нет банкоматов / терминалов оплаты)	15%
Боюсь кражи денег с карты	14%
Неудобно пользоваться банковской картой	8%
Не умею пользоваться банковской картой	2%
Затрудняюсь ответить	29%

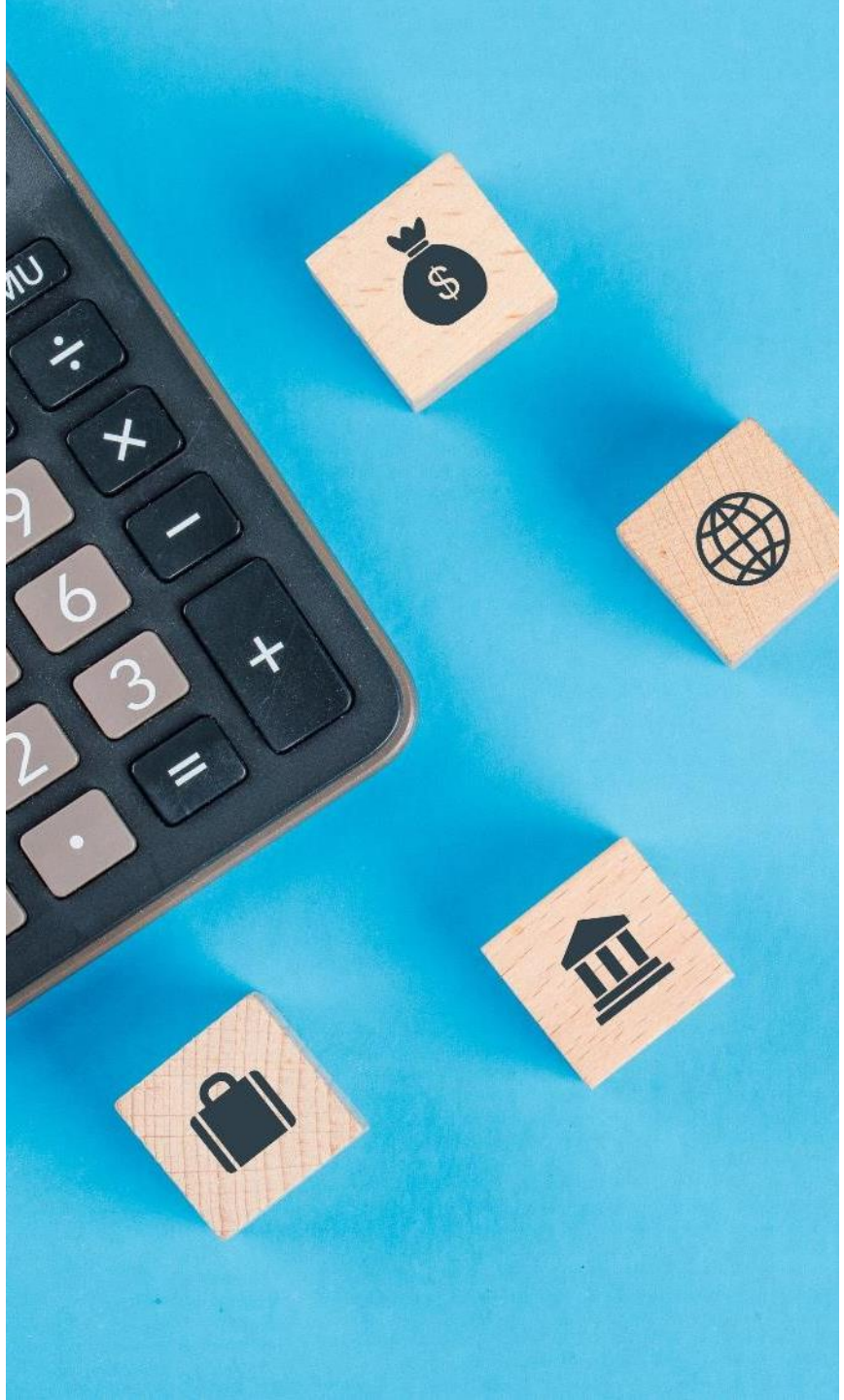
- **Не пользуются банковскими картами среди всех опрошенных 11%.**
- При этом основным барьером является неуверенность в безопасности / боязнь мошенничества или кражи денег с карты (42% отметили какой-либо из этих вариантов).
- 15% отметили физическую невозможность использования карты (ввиду отсутствия банкоматов и терминалов оплаты поблизости). Реже отмечалось неудобство или неумение пользоваться картой. А каждый третий респондент, не пользующийся картами, затруднился ответить на вопрос о причинах.
- Помимо тех, кто не имеет физической возможности пользоваться картой, остальные нуждаются в «обучении» – получении доступной для понимания информации из источника, заслуживающего доверие, о безопасности и удобстве использования данного способа платежей.

R1. Почему Вы предпочитаете не пользоваться банковскими картами?

База: не имеют банковские карты 447

Причины и критерии выбора карт и ПС

- Период оформления последней оформленной карты
- Процесс оформления и выбора банковской карты
- Критерии выбора банковской карты
- Критерии выбора карты ПС «Мир»



Период оформления последней карты

- 59% аудитории оформили свою последнюю карту до марта 2022 года. Примерно каждый четвертый (27%) оформил карту после этого периода (после ухода МПС с рынка РФ). Еще 14% затруднились вспомнить период оформления. Доля **оформленных карт «Мир»** после марта 2022 года больше, чем в целом по всем картам (36%).
- В 2022 году также изменилась структура оформляемых типов карт – значимо увеличилась доля дебетовых карт (до 59%), снизилась доля зарплатных (до 15%) и социальных карт (до 5%).

	Любая последняя оформленная карта	Последняя оформленная карта «Мир»
До марта 2022 г.	59%	**52%**
С марта по сентябрь 2022 г.	21%	**28%**
После сентября 2022 г.	6%	**8%**
Затрудняюсь ответить	14%	12%
База (последние оформленные карты)	*3538*	*1814*

Тип карты	Любая последняя оформленная карта	До 2018	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Зарплатная карта	20%	**33%**	**31%**	**27%**	19%	17%	**15%**
Дебетовая карта	52%	**32%**	**40%**	46%	51%	55%	**59%**
Кредитная карта	15%	13%	10%	13%	14%	17%	17%
Карта рассрочки	3%	1%	1%	3%	3%	3%	3%
Социальная карта	10%	**21%**	**19%**	10%	**13%**	8%	**5%**
База (последние карты)	*3538*	*225*	*168*	*267*	*557*	*741*	*1092*

P1. Вспомните, когда примерно Вы оформили эту последнюю карту ?

Значимо выше / ниже, чем в другой подгруппе

Процесс оформления и выбора карты

- С 2020 года карты чаще стали заказывать в интернете. С каждым годом эта тенденция растет и в 2022 году на этот канал уже приходится большая доля карт (52%). Доля карт, оформленных в результате самостоятельного поиска информации, росла постепенно: с 48% в 2018 году до 60% в 2022 году.
- Доля карт по инициативе работодателя или гос. органов сокращалась более значимо – до 2018 года составляла 38%, далее сокращалась 12% в 2022 г.

Как оформляли карту

			До 2018	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Самостоятельное решение	В офисе банка	51%	70%	60%	62%	57%	48%	38%
	Заказал через сайт банка	21%	7%	9%	11%	20%	24%	30%
	Через мобильное приложение	14%	1%	3%	5%	12%	15%	22%
	В банке за границей	0,03%	-	-	-	-	-	0,1%
Несамостоятельное решение	Карту оформил работодатель	11%	17%	20%	17%	8%	10%	8%
	В МФЦ / соц.защиты / Почте РФ	1%	3%	5%	2%	2%	1%	0,4%

Как выбрали карту

			До 2018	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Самостоятельное решение	Сам принимал решение, изучал инфо	55%	40%	48%	52%	54%	56%	60%
	Рекомендовал менеджер в банке	11%	11%	11%	11%	12%	10%	10%
	Рекомендовали друзья / знакомые	12%	7%	6%	9%	12%	15%	15%
Несамостоятельное решение	Выбор работодателя	14%	26%	21%	20%	12%	13%	11%
	Выбор гос органов	4%	12%	11%	6%	5%	3%	1%
			225	*168*	*267*	*557*	*741*	*1092*

P2. Каким образом Вы ее оформляли?

Значимо выше / ниже, чем в тотале

База (последние оформленные карты) *3538*

Критерии выбора банковской карты

- ТОП причин выбора карты: бесплатное обслуживание, удобное приложение, бесплатное снятие наличных (по 30-45%).

База: карты, которые выбраны самостоятельно или по рекомендациям
P4. Скажите, какие были основные критерии выбора именно этой карты

До ухода МПС – период до марта 2022 года, после ухода МПС – после марта 2022 года, включая период после сентября 2022 года

Значимо выше / ниже, чем в тотале

Критерии выбора карты «Мир»

по картам «Мир» (период оформления карты)

		Тотал	До марта 2022	Март-сен 2022	После сентября 2022 г.
Широта использования и общие возможности	Удобное мобильное приложение	38%	39%	38%	42%
	Эта карта работает без сбоев в России	34%	36%	31%	25%
	Удобная сеть банкоматов	32%	35%	24%	20%
	Возможность подключить к мобильным кошелькам	18%	17%	23%	20%
	Оформление, внешний вид карты	7%	7%	8%	12%
Привлекатель-ность условий по карте	Низкая или отсутствие стоимости обслуживания	38%	39%	41%	42%
	Бесплатное снятие наличных	35%	39%	28%	27%
	Бесплатный перевод с карты на карту	33%	33%	31%	34%
	Выгодный кешбэк	19%	16%	29%	40%
	Привлекательная программа лояльности	16%	15%	21%	26%
	Величина процента на остаток	9%	9%	8%	9%
	Длительный льготный период	8%	8%	12%	15%
	Низкий процент по кредиту	4%	4%	5%	4%
Привязка к определенному банку, ПС	Платежная система (нужна была определенная ПС)	26%	29%	23%	20%
	Положительный опыт взаимодействия с банком	25%	26%	24%	19%
	Тип карты (нужна была ДК, КК, карты рассрочки)	23%	23%	26%	24%
	Банк эмитент / надежность (хотел карту этого банка)	13%	14%	12%	13%
База (карты Мир, выбранные самостоятельно или по рекомендациям)		*4528*	*2696*	*808*	*288*

ТОП причин выбора карты

- Удобное приложение и бесплатное обслуживание, бесплатное снятие наличных, работа без сбоев в РФ, бесплатный перевод с карты на карту и удобная сеть банкоматов (по 32-35%).
- На выбор карт, **оформленных после ухода МПС**, чаще стали влиять параметры «возможность подключения мобильного кошелька» и критерии, связанные с привлекательностью условий по карте (выгодный кешбэк, привлекательная программа лояльности, длительный льготный период по кредитной карте).
- Меньше стали влиять параметры, связанные с широтой использования карты («удобная сеть банкоматов» и «эта карта работает без сбоев в России»), с банком и платежной системой («нужна была определенная ПС» и «положительный опыт взаимодействия с банком») и «бесплатное снятие наличных».

М7. Какие были основные критерии выбора именно этой карты / каждой Вашей активной банковской карты «Мир»?

До ухода МПС – период до марта 2022 года

Значимо выше / ниже, чем в тотале

Кредитные карты

Доля пользователей кредитными картами

Частота совершения оплаты кредитными картами	Тотал кредитная карта	Основная кредитная карта
Несколько раз в неделю / каждый день	19%	**57%**
1 раз в неделю	10%	10%
2-3 раза в месяц	22%	**13%**
1 раз в месяц	14%	**3%**
1 раз в 2-3 месяца	16%	**6%**
Раз в 6 месяцев	6%	**3%**
Раз в 12 месяцев	2%	1%
Реже чем раз в 12 месяцев	7%	**3%**
База (держатели кредитных карт)	*1044*	*163*

29%
Имеют кредитные карты среди держателей карт

- Около 65% аудитории пользуется кредитной картой хотя бы 1 раз в месяц, при этом практически каждый третий (29%) использует карту 1 раз в неделю и чаще.
- Те, кто пользуются кредитной картой как основной совершают транзакции более чем в два раз чаще, чем в тотале: более половины из тех, у кого кредитная карта – основная, пользуются картой несколько раз в неделю или каждый день.

KK1. Как часто Вы совершаете оплату товаров или услуг кредитными средствами банка по Вашей кредитной карте?

Значимо выше / ниже, чем в другой подгруппе

Цель оформления кредитных карт

Для чего нужна кредитная карта	% упоминаний
Деньги на «всякий случай»	61%
Вместо кредита, т.к. по карте есть беспроцентный период	31%
Не хватало собственных средств на крупную покупку	23%
Тратят деньги с карты, а собственные хранят на вкладе	16%
Зарабатывать кешбэк или бонусы по программе лояльности по карте	12%
Кредитная карта входила в пакет услуг	8%
Оформили случайно	7%
Вместо кредита, т.к. не получилось собрать документы для кредита	5%
Выгодные преимущества от банка за использование карты	3%
Другая причина	1%

Используют карту по назначению, т.к. нуждаются в кредитных деньгах

Используют карту по назначению, т.е. расходуют кредитные средства

61%

Оформляют кредитную карту не для активного использования, а чтобы иметь запасной вариант денежных средств **(деньги на «всякий случай»)**

КК2. Скажите, для чего Вам нужна кредитная карта/ карты? Почему Вы решили оформить такой банковских продукт?

База: держатели кредитных карт 1044

Пользование кредитными картами

Как используют кредитную карту	% упоминаний
Оплачиваю товары и услуги в магазинах картой	72%
Оплачиваю товары и услуги через Интернет картой	39%
Оплачиваю услуги в банкоматах, Интернет-банке	19%
Получаю бонусы или скидки на товары и услуги партнеров банка	13%
Снимаю с карты наличные деньги в банкоматах	7%
Получаю доход в виде процентов на остаток или возвращаю кешбэк	7%
Накапливаю на карте денежные средства	4%
Расплачиваюсь в поездках за границей	3%

72%

Чаще всего кредитными картами (как и в целом банковскими картами) оплачивают товары и услуги в оффлайн-магазинах

КК3. Каким образом Вы обычно используете кредитные средства по Вашей кредитной карте?

База: держатели кредитных карт 1044

Погашение кредитной карты

Как погашают задолженность по кредитной карте	% упоминаний
Всегда возвращают кредитные средства до окончания беспроцентного периода	62 %
Иногда не успевают вернуть средства до окончания беспроцентного периода кредитования	19 %
Часто не успевают вернуть средства до окончания беспроцентного периода кредитования	7%
Постоянно висит задолженность по карте	8%
Не используют кредитные средства с карты, а переводят на карту собственные средства и пользуются ими	2%

62%

Возвращают кредитные средства **до окончания льготного периода**, чтобы не платить проценты

KK4. Как Вы возвращаете потраченные кредитные средства банка по Вашей кредитной карте?

База: держатели кредитных карт 1044

Информационные порталы, покупки в российских и зарубежных интернет-магазинах

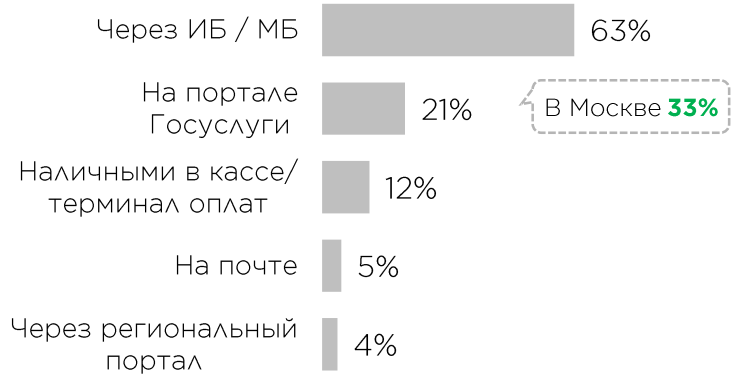
Информационно-сервисные порталы

Пользование информационно-сервисными порталами

- Самый популярный портал – Госуслуги (пользование превышает 60-70% среди всех опрошенных).
- При этом оплачивать гос. услуги респонденты предпочитают через приложение банка или интернет-банк (63%), на портале Госуслуг платят только 21% (в Москве этот процент выше - 33%).

Какими порталами пользуются

Как и где оплачивают государственные услуги



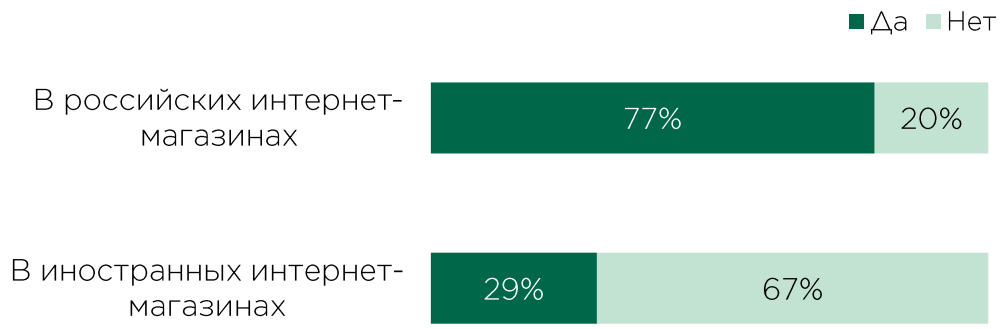
LS16. Пользуетесь ли Вы услугами информационно-сервисных порталов таких как mos.ru, gosuslugi.ru (Госуслуги)?
LS17. Каким образом Вы оплачиваете государственные услуги, такие как ЖКХ, электроэнергию, штрафы, налоги?

База: все опрошенные: 4407

Покупки в интернете

- Почти 80% аудитории совершают покупки в российских интернет-магазинах.
- Практически треть (30%) респондентов совершали покупки в иностранных интернет-магазинах за последние полгода.

Совершают покупки



База: все опрошенные 4407

77% Покупают в российских интернет-магазинах

Показатель значимо **выше** среди женщин **81%**, аудитории 25-54 лет **80%**, в Москве **86%**, в ЦФО **83%**, с высоким доходом **85%**, среди мультикарточников **84%**

29% Покупают в иностранных интернет-магазинах

Показатель значимо **выше** среди мужчин **33%**, в Москве **33%**, с высоким доходом **40%**, руководителей компании **57%**, среди «мультикарточников» **33%**

N8. Совершали ли Вы покупки в российских интернет-магазинах за последние полгода?
N11. Совершали ли Вы покупки в иностранных интернет-магазинах за последние полгода?

Значимо выше / ниже, чем в тотале

Покупки в российских интернет-магазинах

- Почти 80% аудитории совершают покупки в российских интернет-магазинах. Показатель значимо выше среди женщин (81%), аудитории 25-54 лет (80%), в Москве (86%), в ЦФО 83%, с высоким доходом (85%).
- Больше всего респондентов совершают покупки на маркетплейсах – более 75%. С большим отставанием следуют онлайн аптеки и магазины БТиЭ (по 29%). Каждый пятый заказывает через интернет доставку еды. В остальных категориях покупки совершаются меньшим числом аудитории.

77% Покупают в российских интернет-магазинах

	Тотал	Муж	Жен	18-24 лет	25-54 лет	55-64 лет	65+ лет	Москва	1 млн+	250-1 млн	100-250 тыс
Маркетплейсы (СберМегаМаркет, Яндекс.Маркеи, Озон и пр.)	76%	72%	79%	70%	77%	76%	69%	78%	77%	75%	71%
Онлайн аптеки (еАптека, Планета Здоровья и пр.)	29%	23%	34%	18%	30%	31%	34%	35%	29%	27%	28%
Магазины БТиЭ (Эльдорадо, М.Видео, Ситилинк и пр.)	29%	35%	24%	22%	29%	29%	27%	32%	29%	28%	27%
Доставка еды (Самокат, Vprok.ru Перекрёсток и пр.)	20%	19%	21%	23%	24%	15%	21%	39%	22%	14%	10%
Магазины одежды и обуви (Lamoda, Sela, Oodji и пр.)	17%	12%	20%	21%	19%	13%	12%	25%	17%	14%	14%
Детские товары и игрушки (Rich Family, Детский Мир и пр.)	14%	8%	19%	8%	24%	5%	6%	24%	13%	12%	11%
Косметика и парфюмерия (Л.Этуаль, Парфюм-Лидер, Scent)	14%	7%	20%	18%	17%	11%	10%	21%	15%	10%	14%
Мебельные и строительные (Hoff, Леруа Мерлен и пр.)	12%	13%	10%	8%	13%	11%	10%	18%	14%	9%	6%
Товары для спорта и туризма (Спортмастер, Триал, Сплав)	10%	11%	10%	13%	14%	7%	7%	17%	10%	9%	8%
Автотовары и запчасти (AvtoALL, Движком, КолесаДаром)	5%	9%	3%	4%	5%	5%	10%	8%	5%	5%	5%
База (покупали в российских и-магазинах)	*3078*	*1329*	*1749*	*398*	*1364*	*1078*	*227*	*557*	*857*	*1145*	*518*

N8. Совершали ли Вы покупки в российских интернет-магазинах за последние полгода? N9. Вы отметили, что за последние полгода совершали покупки в российских интернет-магазинах. Какие это были магазины?

Значимо выше / ниже, чем в тотале

Барьеры совершения покупок в российских интернет-магазинах

Барьеры	% упоминаний
Нет потребности, все могу купить в физическом магазине	52%
Не доверяю интернет-магазинам	22%
Нет возможности увидеть/ протестировать товар до покупки	21%
Высокие цены на товары, услуги	9%
Не разбираюсь, не могу сделать заказ	6%
Не доставляют товар в мой населенный пункт	3%
Не знаю, как оплатить, сложности с использованием карты	2%
Затрудняюсь ответить	11%

Значимо **выше** у аудитории 65+ лет **64%**

Значимо **выше** при низком доходе **31%**

Значимо **ниже** у аудитории 18-24 лет **13%**

только 2% не покупают в Интернет-магазинах из-за трудностей с картами

- Среди тех 20% аудитории, кто не покупает в российских интернет-магазинах, примерно половины просто нет такой потребности – все, что им необходимо, они покупают оффлайн.
- Второй и третий по распространенности барьеры – это недоверие интернет-магазинам и невозможность протестировать товар до покупки (21-22%).
- Остальные барьеры упоминаются намного реже.

N10. Почему Вы не совершаете покупки в российских интернет-магазинах?

База: не совершают покупки в российских интернет-магазинах 788
Значимо выше / ниже, чем в тотале

Покупки в иностранных интернет-магазинах

29% Покупают в иностранных интернет-магазинах

- Среди покупателей товаров в иностранных интернет-магазинах 85% используют площадку AliExpress. Joom гораздо менее популярен – всего 17%.
- Покупка в более чем половине случаев оплачивается картой на сайте, а в трети случаев – картой через мобильное приложение. Остальные способы используются намного реже.

Где покупали

	Тотал	Муж	Жен	18-24 лет	25-54 лет	55-64 лет	65+ лет	Москва	1 млн +	250-1 млн	100-250 тыс
AliExpress	85%	**90%**	**80%**	84%	83%	88%	87%	82%	87%	86%	83%
Joom	17%	14%	20%	15%	18%	15%	16%	**24%**	**12%**	16%	17%
Сервисы выкупа товаров*	2%	2%	2%	**6%**	2%	**1%**	1%	2%	2%	2%	2%
База	*1142*	*608*	*534*	*155*	*501*	*393*	*92*	*211*	*316*	*422*	*194*

* *Сервисы выкупа товары в интернет-магазинах за рубежом («Сервисы-посредники» / «Байер-сервисы»)*

Как оплачивали

Способы оплаты	% упоминаний
Картой через Интернет (на сайте)	52%
Картой через мобильное приложение	32%
Электронными деньгами (WM, Я.Деньги)	7%
Картой курьеру / в пункте самовывоза	3%
По почте при получении	3%
Наличными курьеру / в пункте самовывоза	2%
Через платежный терминал	1%

Значимо **выше** среди 65+ лет **64%**

Значимо **выше** среди 18-24 лет **45%**

N11. Совершали ли Вы покупки в иностранных интернет-магазинах за последние полгода?
N9. Вы отметили, что за последние полгода совершали покупки в российских интернет-магазинах. Какие это были магазины?

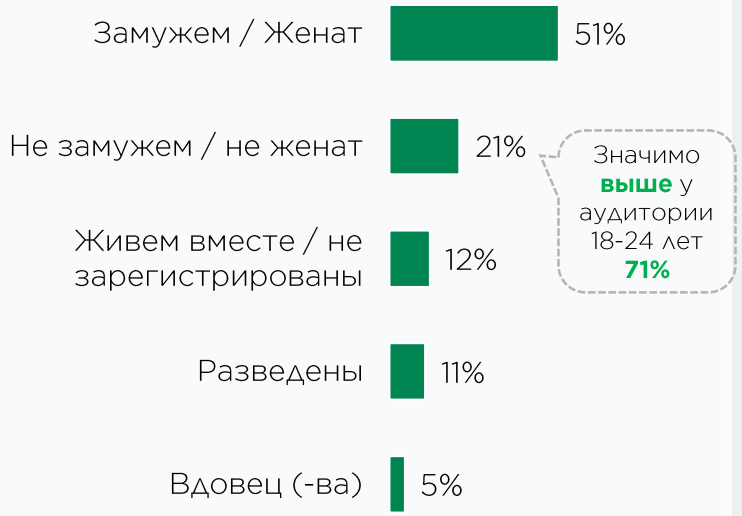
База: покупали в иностранных и-магазинах
Значимо выше / ниже, чем в тотале

Социально-демографический портрет аудитории

- Семейное положение и размер семьи
- Занятость и сфера деятельности
- Пользование смартфоном
- Времяпрепровождение
- Общая активность аудитории

Семейное положение и размер семьи

Семейное положение

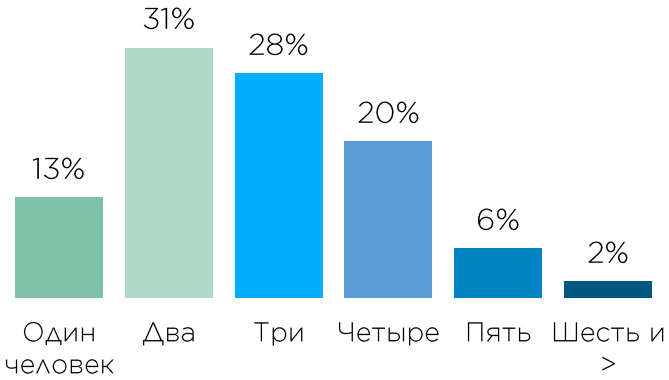


База: все опрошенные 4407

3 чел.

средний состав домохозяйства

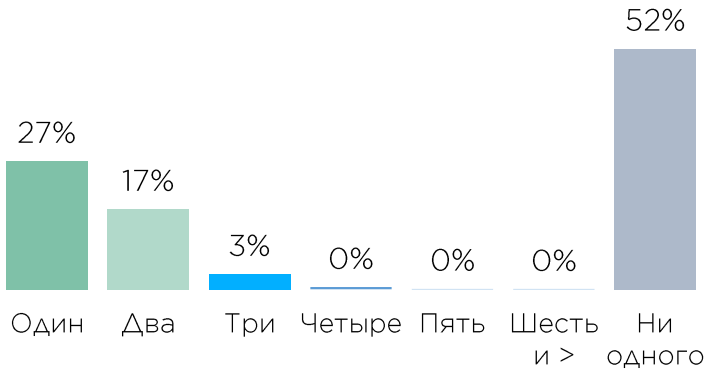
Количество членов семьи



2 ребенка

среднее количество в семьях с детьми

Количество детей до 18 лет



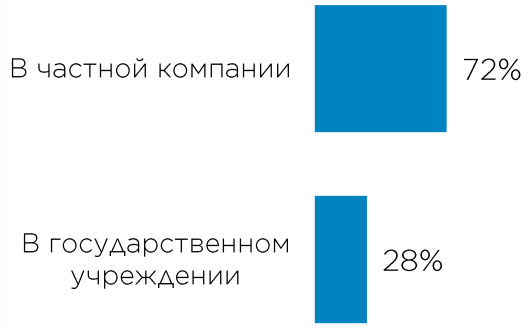
H1. Скажите, пожалуйста, каково Ваше семейное положение? H2. Сколько человек проживает в Вашей семье, включая детей? H3. А сколько в Вашей семье детей в возрасте до 18 лет, проживающих вместе с Вами?

Занятость и сфера деятельности

Тип занятости

База: все опрошенные 4407

Где работают



База: работающие респонденты, в т.ч. пенсионеры и студенты 2763

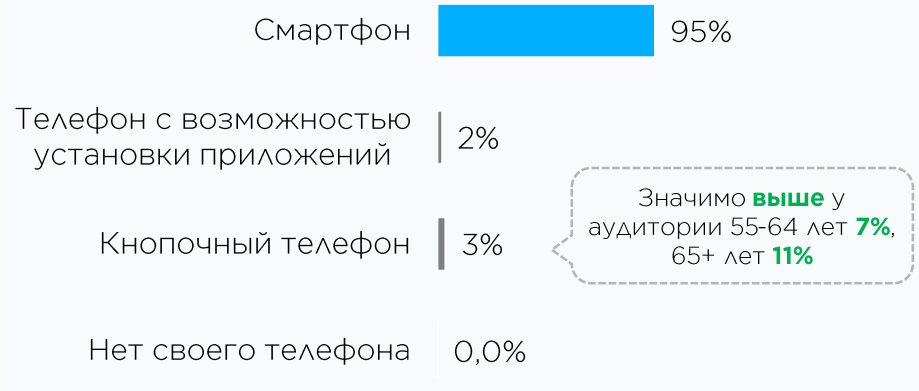
Основное занятие

База: работающие респонденты, без учета пенсионеров и студентов 2505

Нх3. Какое из этих описаний соответствует Вашему типу занятости?
Н4. Вы работаете: в государственном учреждении или в частном? Н5. Ваше основное занятие в настоящее время?

Пользование смартфоном

95% опрошенных имеют смартфон. Наиболее распространенная ОС - Android (88%)



97% опрошенных имеют смартфон или телефон с возможностью установки приложений

База: все опрошенные 4407

Смартфоны на базе ОС Android наиболее распространены (88%)

Операционная система

База: от имеющих смартфон – 3869

T5. Какой у Вас сейчас основной мобильный телефон – смартфон или кнопочный телефон?
T6. Какая операционная система установлена на Вашем смартфоне, которым Вы пользуетесь чаще всего?

Времяпрепровождение после февраля-марта 2022

Более молодая возрастная группа – наиболее «социальная» – более частое общение с друзьями, активности

Домашний досуг стал более актуален для половины населения

Общение в и спорт – в фокусе внимания в период неопределенности преимущественно у более молодой аудитории

PS1. Какие изменения произошли в Вашей жизни за последний год после февраля-марта 2022 года. Отметьте, насколько каждое из них соответствует или не соответствует изменениям, произошедшим в Вашей личной жизни.

База: все опрошенные: 4407

Общая активность аудитории

Активные – отметили Top-2 **в более 15 видах** деятельности из 25

Умеренные – отметили Top-2 **в 9-14 видах** деятельности из 25

Пассивные – отметили Top-2 **в менее 8 видах** деятельности из 25

Top-2 = "часто / регулярно" и "иногда / время от времени"

Занимаются видом деятельности

(отметили "часто / регулярно" и "иногда / время от времени")

Использовали мессенджеры	94%
Использовали социальные сети	89%
Смотрели фильмы в онлайн кинотеатрах	66%
Слушали радио	64%
Смотрели спутниковое или интернет ТВ	58%
Просматривали подписки в Telegram-каналах	58%
Играли в видеоигры на смартфоне	50%
Смотрели или слушали трансляции событий	45%
Играли в видеоигры на приставке / ПК	38%
Слушали аудиокниги	36%
Слушали подкасты	34%
Пользовались услугами такси	72%
Заказывали готовую еду на дом	55%
Вели экологичный образ жизни	42%
Посещали салоны красоты / SPA / солярий	32%
Занимались благотворительностью	30%
Инвестировали в финансовые инструменты	17%
Проводили операции с криптовалютой	7%
Посещали рестораны, кафе/ бары, пабы	62%
Посещали кинотеатры	45%
Посещали театры/ музеи/ выставки/ концерты	44%
Ездили в турпоездку по РФ вне своего региона	38%
Занимались фитнесом: спортзал, бассейн	35%
Ездили в турпоездку в другие страны	17%
Занимались экстремальным спортом	8%

Контентная более пассивная деятельность

Деятельность, связанная с организацией жизни и финансами

Более активная культурная и спортивная длительность

База: все опрошенные: 4407

LS1. Как часто Вы занимались этими видами деятельности за последние 12 месяцев?

Спасибо!