

МосквоМетр

17—18 ноября 2001 № 05

ММ

информационный бюллетень
компании CSR Research

.....
мнение москвичей
17—18 ноября 2001

С октября 2001 года исследовательская компания CSR Research (Си Эс Эр) выпускает информационный бюллетень «МосквоМетр».

Проект «МосквоМетр» посвящен всестороннему изучению поведения, представлений и мнений жителей столицы. В центре внимания «МосквоМетра» – не политические вопросы, а проблемы повседневной жизни большинства москвичей. Дети, Здоровье, Карьера, Потребление, Автомобиль, Досуг, Стиль – вот постоянные тематики, которые исследуются в рамках проекта.

В основе предоставляемой информации лежит репрезентативный опрос 1200 москвичей, проводимый методом личного интервью на дому. Социометрическая погрешность данных составляет $\pm 3\%$ при вероятности в 95%. Данные бюллетеня могут использоваться бесплатно, без ограничений за исключением обязательной ссылки на источник информации – исследовательскую компанию CSR Research.

Краткий выпуск бюллетеня «МосквоМетр» рассылается электронной почтой по списку рассылки. Вы можете включить (также исключить) адрес, предложить свой вопрос, обратиться за разъяснениями и подробностями, отправив письмо по адресу press@c-s-r.ru. Полный выпуск текущего бюллетеня (в формате Adobe Acrobat), включающий аналитические таблицы и поясняющие диаграммы Вы можете найти на Интернет-сайте компании по адресу www.c-s-r.ru.

В этом выпуске «МосквоМетра»

- | | |
|--------------------|--|
| Потребление | Востребованность кредитных схем при покупке автомобиля и крупной бытовой техники |
| Карьера | Как москвичи ищут новое место работы? |
| Здоровье | Сколько сигарет в день в среднем выкуривают москвичи? |
| Дети | Нужно ли ввести форму в московских школах? |
| Досуг | Сколько кассет в месяц берут москвичи в видеопрокате? |
| Авто | Собираются ли москвичи страховать личный автотранспорт в 2002 году? |
| Стиль | Хотят ли москвичи эмигрировать в другие страны? |



1. Потребление. Считаете ли Вы для себя возможным использование кредитных схем для покупки автомобиля, крупной бытовой техники?

Треть опрошенных москвичей (33,3%) указывают на привлекательность для себя кредитных схем покупки автомобиля или крупной бытовой техники. 55,5% респондентов не считают их для себя привлекательными.

Кредитные схемы приобретения автомобилей и крупной бытовой техники в большей степени привлекательны для молодежи и респондентов в возрасте до 55 лет. Так, среди молодых респондентов доля указавших на привлекательность подобных схем покупок составляет 46,3% для мужчин и 55,6% для женщин, тогда как среди респондентов старше 55 лет доля таких составляет 14,4% для мужчин и 13,9% для женщин.

Более чем две трети пенсионеров не считают для себя привлекательными кредитные схемы крупных покупок.

Среди респондентов, относящихся к высокодоходной группе, доля принимающих для себя кредитные схемы покупок составляет 53,9%, что гораздо выше, чем доля таких среди респондентов со средним и низким уровнем дохода, где она составляет 23,5% и 18,3% соответственно. Респонденты с высшим и неоконченным высшим образованием в большей степени, чем респонденты с более низким уровнем образования, ориентированы на покупки в кредит (40% против 29,6% соответственно).

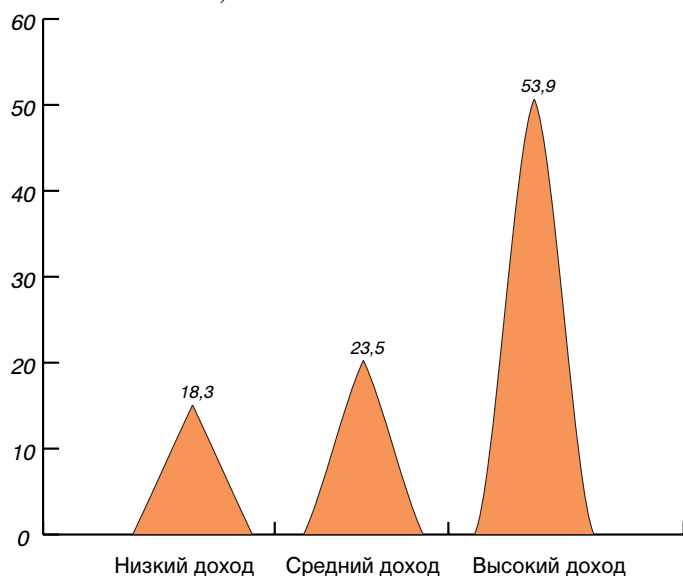


Рис. 1. Привлекательность кредитных схем крупных покупок в зависимости от уровня дохода респондента

2. Карьера. В случае внезапной потери работы, каким образом Вы будете искать новое место?

Для основной части опрошенных приоритетным каналом поиска нового места работы будут знакомые или родственники (47,8%). Остальные способы поиска вакансий среди москвичей гораздо менее популярны. Так, по вакансиям в газетах и журналах работу будут искать 16% респондентов. В кадровые агентства обратятся 13,9% участников опроса. Разместят объявление о поиске работы в газету или журнал 11,3%. Интернет в качестве канала поиска работы выберут 16,7% опрошенных, при этом 8,4% будут искать по вакансиям на тематических сайтах, а 8,3% дадут в Интернете объявление о поиске. Рассылкой резюме по фирмам займутся 7,9% респондентов.

Распределение данных в зависимости от пола и возраста респондентов позволяет заметить, что поиск новой работы по вакансиям в газетах и журналах характерен для респондентов до 55 лет и в гораздо меньшей степени привлекателен для респондентов из старшей возрастной группы. Так, доля тех, кто будут искать работу по вакансиям в газетах и журналах среди респондентов старше 55 лет составляет 3,1% для мужчин и 7,9% для женщин, тогда как в других половозрастных группах этот показатель не опускается ниже 16,2%.

Примечательно также, что поиск работы посредством Интернета характерен для респондентов 18-34 лет (33,4% для мужчин и 31,4% для женщин) и мало будет использоваться москвичами старше 34 лет. Так, среди мужчин 35-55 лет Интернетом воспользуются 7% опрошенных, среди мужчин старше 55 лет 10,8%, среди женщин 35-55 лет 14,3%, а среди женщин старше 55 лет всего 3,4%. Респонденты, занятые в коммерческой сфере, чаще, чем представители сферы социальной, ссылаются на поиск по вакансиям в газетах и журналах (22,3% против 11% соответственно). Также для представителей коммерческой сферы в большей степени, чем для респондентов, занятых в производственной сфере, приемлема рассылка резюме по фирмам (14,9% против 4,5% соответственно).

Среди низкодоходной группы доля респондентов, которые в случае поиска работы обратятся в кадровые агентства, составляет 7,1%, тогда как

в среднедоходной группе этот показатель составляет 17,8%, а в высокодоходной 15,2%.

Респонденты, имеющие высшее или неоконченное высшее образование, будут использовать все перечисленные способы поиска работы в большей степени, чем участники опроса с более низким уровнем образования.

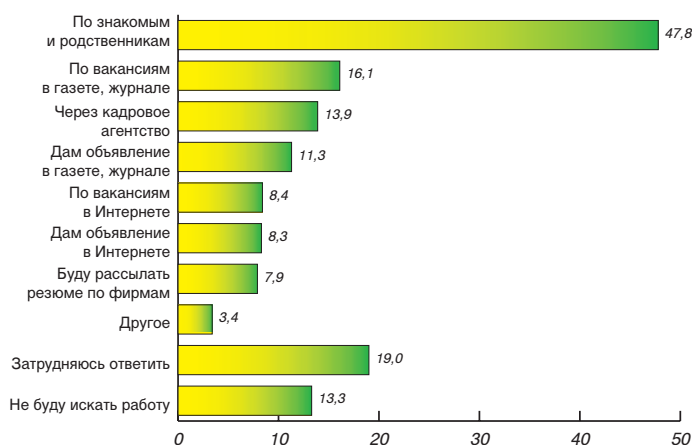


Рис. 2. Варианты поиска нового места работы

3. Здоровье. Какое число сигарет Вы выкуриваете в день?

Среди опрошенных москвичей более половины (60%) не курят. 14,2% среди оставшихся выкуривают в день от 16 до 20 сигарет, 10,5% - от 6 до 10 сигарет, по 4,1% приходится на тех, кто выкуривает 11-15 сигарет и более одной пачки. 3,9% респондентов выкуривают 5 и менее сигарет в день.

Среди мужчин большинство активных курильщиков, то есть тех, кто выкуривает в день около пачки сигарет - это, как правило, мужчины 35-55 лет. Их доля составляет 30,6%, тогда как доля таких среди молодых мужчин составляет 22,7%, а доля таких среди мужчин старшей возрастной группы составляет 18,3%.

Основная часть курящих женщин сосредоточена в двух возрастных группах. Это молодые женщины и женщины среднего возраста. Так, например, доля молодых женщин выкуривающих в день от 6 до 10 сигарет составляет 18,7%, доля таких среди женщин среднего возраста - 8,5%, а в старшей возрастной группе их уже 2,8%. Примечательно также, что если среди молодых женщин некурящие составляют 58,7%, то среди женщин среднего возраста их 70,3%, а среди женщин из старшей возрастной группы их уже 92,7%.

Интересен тот факт, что среди респондентов,

занятых в производственной сфере, доля тех, кто выкуривает в день 16-20 сигарет, составляет 20,6%, тогда как среди участников опроса, занятых в других сферах деятельности, этот показатель на превышает 14,7%. Среди представителей коммерческой и социальной сферы некурящие составляют две трети, тогда как среди респондентов, занятых в производственной сфере, их 44,4%.

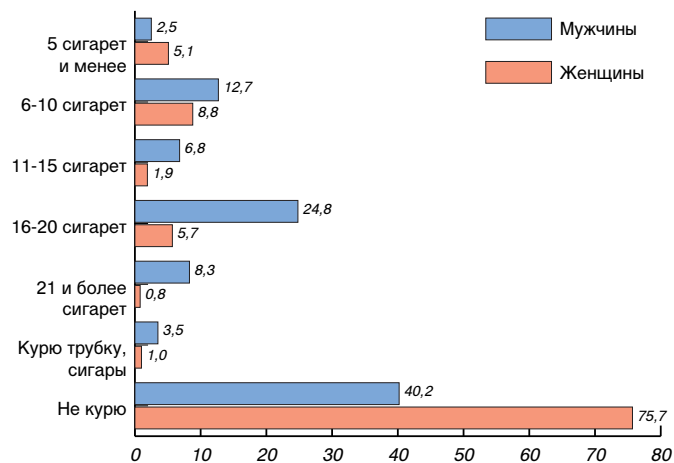


Рис. 3. Количество выкуриваемых сигарет в зависимости от гендерного признака

4. Дети. Приветствовали бы Вы введение школьной формы в московских школах?

Примерно пятая часть респондентов (19,2%) приветствует введение школьной формы. К ним преимущественно относятся мужчины и женщины среднего возраста и респонденты с низким уровнем дохода. Так, например, среди мужчин от 35

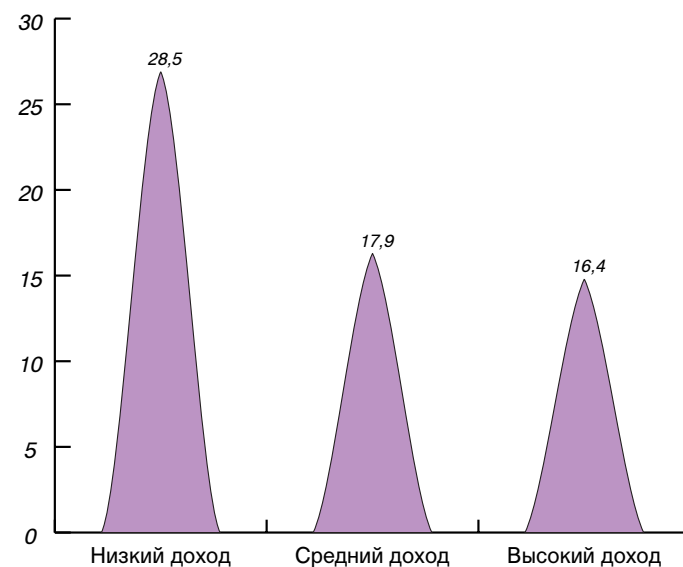


Рис. 4. Отношение к введению школьной формы в зависимости от уровня дохода респондента

до 55 лет одобряют введение школьной формы 30,3%, среди молодых мужчин таких 13,3%, а среди мужчин старшей возрастной группы 9,2%. Среди представителей низкодходной группы доля приветствующих введение школьной формы составляет 28,5%, тогда как среди остальных этот показатель не превышает 17,9%.

Негативно к введению школьной формы относятся 9,8% москвичей с детьми-школьниками. Более чем две трети респондентов не имеют детей школьного возраста (70%).

5. Досуг. Сколько кассет в месяц берет Ваша семья в видеопрокате?

73,2% жителей Москвы не пользуются услугами проката, 27,8%, соответственно, высказывают противоположное мнение, из них: гиперактивные (11 кассет в месяц и больше) - 3,4%; чуть менее активные, однако все равно относящиеся к таковым (6-10 кассет в месяц) - 5,0%; группа выходного дня (3-5 кассет в месяц) - 8,3% и, наконец, малоактивные (6,2%).

Анализ зависимости факта и частоты пользования услугами видеопроката от половозрастных характеристик показал увеличение активности потребления по мере уменьшения возраста респондента. Особенно это заметно в женской группе: в возрасте от 18 до 34 лет не пользуются услугами видеопроката 49,2%, в возрасте от 56 лет - 90,5%. Интересно также заметить, что женщины (особенно в возрасте от 18 до 34 лет) не только в большей степени, чем мужчины, склонны пользоваться услугами видеопроката, но и брать для просмотра большее количество видеокассет в месяц. Самой активной потребительской группой являются студенты, самой пассивной - пенсионеры. Представители коммерческой сферы чаще берут 3-5 кассет в месяц, в то время чуть более активны

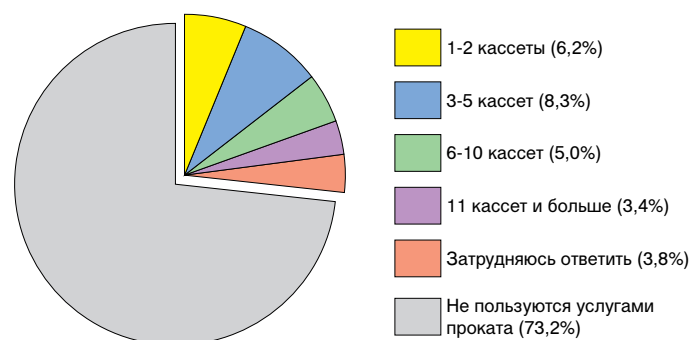


Рис. 5. Частота пользования услугами видеопроката (по количеству в среднем взятых кассет в месяц)

(6-10 кассет в месяц) респонденты, сферой деятельности которых является социальная.

Естественным представляется увеличение потребительской активности в зависимости от уровня дохода респондента, поскольку средний по Москве ценовой диапазон на прокат видеокассеты составляет 30-40 рублей.

6. Авто. Собираетесь ли Вы страховать личный автомобиль в 2002 году и от каких видов ущерба?

Примерно равное количество автовладельцев планируют страховать свой автомобиль в 2002 году от следующих видов ущерба: гражданская ответственность (4,5%), угон и повреждение (по 4,4%). Примерно 1/5 представителей целевой группы не собираются страховать свой автомобиль (21,3%). Склонность к страхованию имущества чаще проявляется среди мужчин, по сравнению с женским полом, хотя последние чаще указывают на отсутствие автомобиля в личном пользовании.

Желание страховать автомобиль чаще проявляют респонденты в возрасте от 35 до 56 лет. Аналогичная тенденция наблюдается в отношении участников опроса, занятых в производственной сфере.

Естественным представляется тот факт, что необходимость страхования автомобиля чаще признается представителями высокообразованной и высокодходной групп.

71,4% москвичей указывают на отсутствие личного автомобиля. К данной группе чаще относятся респонденты старшей возрастной группы (от 56 лет), пенсионеры, опрошенные с низким уровнем образования и дохода.

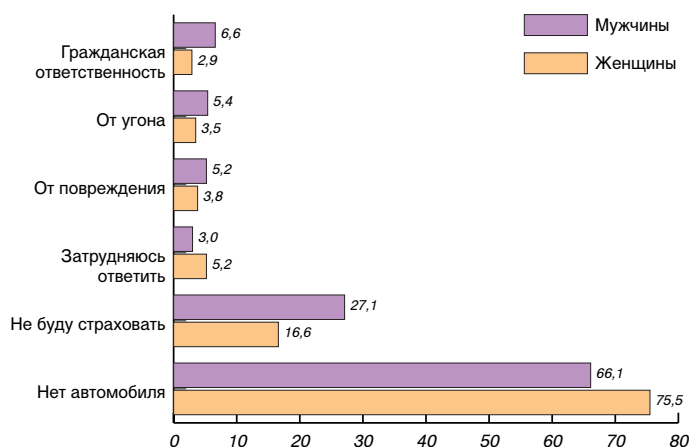


Рис. 6. Предпочитаемые виды страхования автомобиля в зависимости от гендерного признака

7. СТИЛЬ. Хотели бы Вы эмигрировать в другую страну?

Подавляющее большинство москвичей (86%) являются абсолютными патриотами своей страны, отвечая на вопрос о намерениях эмиграции отрицательно. Данная характеристика в большей степени свойственна представителям старшей возрастной группы как мужского, так и женского пола, пенсионерам, а также респондентам с низким уровнем образования и дохода.

Лишь 14% жителей Москвы хотели бы эмигрировать в другую страну. Причем это скорее молодежная группа (18-34 лет), респонденты, занятые в коммерческой сфере, высокодоходные и высокообразованные представители населения.

Рейтинг предпочитаемых для эмиграции стран (всего было названо 23 страны) выглядит следующим образом. На первом месте находится Германия (2,1%). Второе место занимают Соединенные Штаты Америки (1,9%). Замыкает тройку лидеров Канада (1,1%). Интересно заметить, что 5,6% потенциальных эмигрантов не могут определиться с выбором конкретной страны.

Необходимо также указать на большее “присутствие” европейских стран, по сравнению с Америкой, несмотря на наличие двух ее стран в списке лидеров.

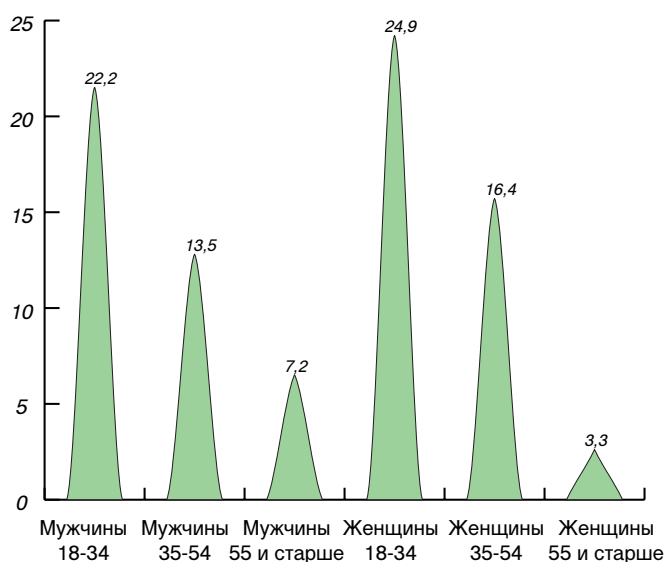


Рис. 7. Желание эмигрировать в зависимости от половых и возрастных характеристик

Пояснения к аналитическим таблицам

Все данные в таблицах представлены в процентах. Первый столбец с данными демонстрирует распределение мнений всех респондентов в целом. Последующие столбцы содержат информацию о мнениях внутри отдельных групп респондентов. Анализ может производиться как путем сравнения распределения в группе с распределением среди всех респондентов (столбец «в целом»), так и путем сравнения с альтернативными группами в одной категории. Необходимо учитывать статистическую погрешность ($\pm 3\%$). Помимо этого надо помнить, что статистическая ошибка возрастает пропорционально количеству, а значит и численности групп внутри одной категории – так, погрешность отдельных возрастных групп существенно меньше, чем погрешность отдельных групп по занятости.

1. Половозрастной состав¹

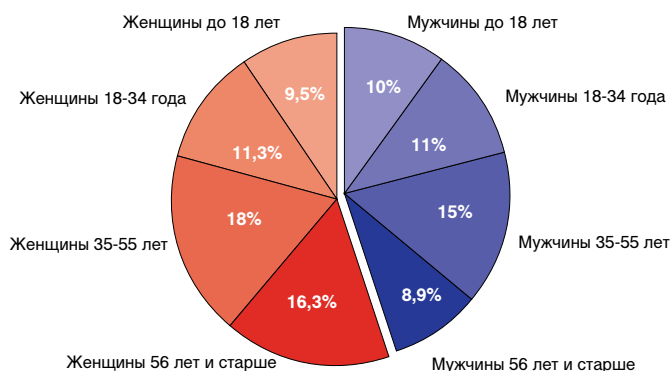


Рис. 8. Половозрастной состав населения Москвы

2. Образование

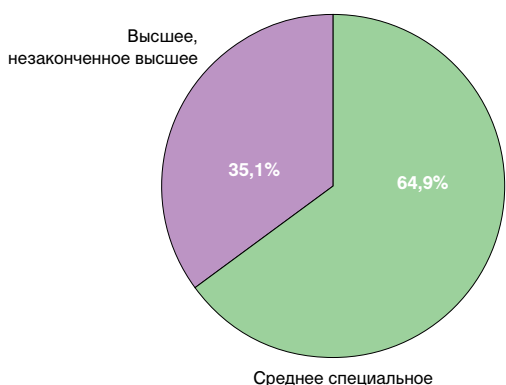


Рис. 9. Распределение респондентов по уровню образования

¹ В опросе принимали участие респонденты старше 18 лет. Половозрастное квотирование выборки производилось в соответствии с данными Госкомстата РФ, см. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2000 года. М., 2000. С. 100-102.

3. Занятость, сферы деятельности

Данные о занятости получаются путем перекодирования вариантов ответов, полученных на три вопроса: «Вы работаете в настоящее время?», «В какой сфере Вы работаете?», «В чем причина того, что Вы не работаете» в пять вариантов, соответствующих укрупненным группам. Среди занятых по сферам – производственная сфера (промышленное производство и строительство), бюджетная сфера, коммерческая сфера. Среди незанятых по типам – пенсионеры, иные незанятые (домохозяйки, учащиеся, безработные).



Рис. 10. Распределение респондентов по сферам деятельности

4. Среднедушевой доход

Данные о доходе получаются путем перекодирования абсолютных значений среднедушевого дохода в домохозяйстве респондента, зафиксированных интервьюером по ответу на вопрос «Каков среднемесячный душевой доход в Вашей семье, приблизительно?» (сложите все источники дохода и разделите на число людей в семье) в три варианта, соответствующих низкообеспеченной (1200 рублей и менее), среднеобеспеченной (1201-3000 рублей) и высокообеспеченной (3001 и более рублей) группам.

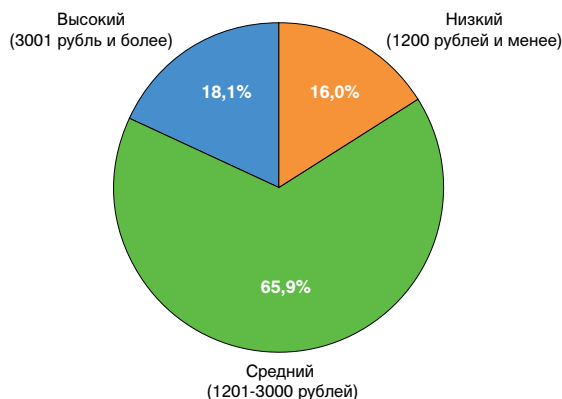


Рис. 11. Распределение респондентов по уровню дохода

Аналитические таблицы

1. Считаете ли Вы для себя возможным использование кредитных схем для покупки автомобиля, крупной бытовой техники?

№		В целом	ПОЛОВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ						ОБРАЗОВАНИЕ	
			Мужчины 18-34	Мужчины 35-55	Мужчины 56 и старше	Женщины 18-34	Женщины 35-55	Женщины 56 и старше	Среднее специальное и ниже	Высшее, нез. высшее
1.	Да, считаю возможным	33,3	46,3	40,1	14,4	55,6	34,6	13,9	29,6	40,0
2.	Нет, кредитные схемы для меня не привлекательны	55,5	46,0	51,4	66,5	37,5	55,3	70,3	57,3	52,1
3.	Затрудняюсь ответить	11,3	7,7	8,4	19,1	6,9	10,1	15,8	13,1	8,0

Таблица 1.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1.	Да, считаю возможным	33,3	41,5	34,4	44,2	13,3	43,4	18,3	23,5	53,9
2.	Нет, кредитные схемы для меня не привлекательны	55,5	48,8	57,4	50,2	68,2	46,2	64,4	66,2	41,3
3.	Затрудняюсь ответить	11,3	9,7	8,2	5,5	18,5	10,4	17,3	10,3	4,9

Таблица 1.2.

2. Если Вы работаете, то в случае внезапной потери работы, каким образом Вы будете искать новое место?

№		В целом	ПОЛОВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ						ОБРАЗОВАНИЕ	
			Мужчины 18-34	Мужчины 35-55	Мужчины 56 и старше	Женщины 18-34	Женщины 35-55	Женщины 56 и старше	Среднее специальное и ниже	Высшее, нез. высшее
1.	По знакомым и родственникам	47,8	65,7	50,3	19,9	54,9	48,7	21,4	45,5	50,7
2.	Буду искать по вакансиям в газете, журнале	16,1	16,2	19,8	3,1	17,8	18,5	7,9	15,0	17,9
3.	Через кадровое агентство	13,9	14,8	13,7	12,6	16,6	15,2	6,1	9,9	19,9
4.	Дам объявление о поиске работы в газету, журнал	11,3	11,7	11,9	9,5	12,4	11,4	7,9	8,3	15,2
5.	Буду искать по вакансиям в Интернете	8,4	17,5	3,5	6,2	15,7	6,5	2,3	4,7	13,8
6.	Дам объявление в Интернете	8,3	15,9	3,5	4,6	15,7	7,8	1,1	3,9	14,6
7.	Буду рассылать свое резюме по фирмам	7,9	7,5	7,0	2,8	13,7	8,8	4,7	4,3	13,3
8.	Другое	3,4	1,8	3,0	6,2	4,0	3,2	4,2	2,7	4,5
9.	Затрудняюсь ответить	19,0	10,7	20,5	30,5	16,2	22,7	12,0	19,6	18,2
10.	Не буду искать работу	13,3	2,6	9,1	30,3	2,8	9,8	55,2	15,3	10,5

Таблица 2.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1.	По знакомым и родственникам	47,8	49,4	45,9	55,4		46,1	48,3	51,6	
2.	Буду искать по вакансиям в газете, журнале	16,1	17,5	11,0	22,3		13,8	14,6	16,3	
3.	Через кадровое агентство	13,9	15,8	14,0	16,5		7,1	17,8	15,2	
4.	Дам объявление о поиске работы в газету, журнал	11,3	9,5	11,4	15,1		11,9	13,0	9,1	
5.	Буду искать по вакансиям в Интернете	8,4	6,8	8,1	11,0		6,6	5,9	13,9	
6.	Дам объявление в Интернете	8,3	6,9	8,8	10,2		5,3	6,7	12,4	
7.	Буду рассылать свое резюме по фирмам	7,9	4,5	6,8	14,9		6,6	9,0	13,7	
8.	Другое	3,4	3,7	4,5	2,9		8,4	1,9	2,0	
9.	Затрудняюсь ответить	19,0	17,5	16,4	15,3		11,9	15,8	20,2	
10.	Не буду искать работу	13,3	15,4	16,5	4,8		23,7	17,7	10,4	

Таблица 2.2.

3. Если Вы курите, то какое число сигарет Вы выкуриваете в день?

№		В целом	ПОЛОВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ						ОБРАЗОВАНИЕ	
			Мужчины 18-34	Мужчины 35-55	Мужчины 56 и старше	Женщины 18-34	Женщины 35-55	Женщины 56 и старше	Среднее специальное и ниже	Высшее, нез. высшее
1	5 сигарет и менее	3,9	3,1	2,9	1,3	9,5	6,4	0,7	3,1	5,4
2	6-10 сигарет	10,5	15,1	12,4	10,5	18,7	8,5	2,8	10,6	10,3
3	11-15 сигарет	4,1	10,5	5,2	5,5	3,4	2,3	0,4	3,9	4,4
4	16-20 сигарет	14,2	22,7	30,6	18,3	4,5	9,6	2,0	16,4	10,1
5	21 сигарета и более	4,1	7,5	10,1	6,5	1,3	0,4	1,1	4,1	4,3
6	Затрудняюсь ответить	1,1	2,7	0,7		2,7	1,0		1,3	0,7
7	Курю трубку, сигары	2,1	1,8	4,1	4,5	1,2	1,6	0,3	1,4	3,5
8	Не курю	60,0	36,6	34,1	53,3	58,7	70,3	92,7	59,1	61,3

Таблица 3.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1	5 сигарет и менее	3,9	4,8	3,8	3,7	2,2	6,3	7,0	3,4	6,8
2	6-10 сигарет	10,5	13,8	10,1	11,0	5,5	14,7	9,1	7,3	15,4
3	11-15 сигарет	4,1	4,6	5,5	5,5	2,2	3,1	1,4	3,3	3,9
4	16-20 сигарет	14,2	20,6	14,7	11,2	8,0	19,0	13,5	13,1	11,5
5	21 сигарета и более	4,1	9,2	3,0	3,7	2,6	4,1	0,8	4,1	5,7
6	Затрудняюсь ответить	1,1	1,1	0,9	2,8	0,3	0,7		0,8	
7	Курю трубку, сигары	2,1	1,4	1,4	3,7	1,7	2,9	1,7	2,1	4,7
8	Не курю	60,0	44,4	60,6	58,4	77,4	49,2	66,5	65,8	52,1

Таблица 3.2.

4. Если у Вас есть дети школьного возраста, приветствовали бы Вы введение школьной формы?

№		В целом	ПОЛОВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ						ОБРАЗОВАНИЕ	
			Мужчины 18-34	Мужчины 35-55	Мужчины 56 и старше	Женщины 18-34	Женщины 35-55	Женщины 56 и старше	Среднее специальное и ниже	Высшее, нез. высшее
1	Приветствовали	19,2	13,3	30,3	9,2	21,4	28,0	7,2	18,8	20,0
2	Не приветствовали	9,8	6,5	15,9	2,8	13,0	13,8	3,9	8,4	12,4
3	Нет детей дошкольного возраста	70,0	80,2	51,5	87,4	64,6	57,3	88,2	72,0	66,2
4	Затрудняюсь ответить	1,0		2,3	0,7	1,1	0,9	0,7	0,8	1,4

Таблица 4.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1	Приветствовали	19,2	25,8	23,0	22,8	8,5	23,2	28,5	17,9	16,4
2	Не приветствовали	9,8	9,7	10,4	15,0	4,8	11,0	7,4	6,7	11,3
3	Нет детей дошкольного возраста	70,0	63,2	65,3	60,2	86,2	65,8	62,1	74,7	69,0
4	Затрудняюсь ответить	1,0	1,2	1,4	2,0	0,5		2,0	0,7	3,3

Таблица 4.2.

5. Если Ваша семья пользуется услугами видеопроката, то сколько в среднем кассет берется Вашей семьей в прокате в месяц?

№		В целом	ПОЛОВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ						ОБРАЗОВАНИЕ	
			Мужчины 18-34	Мужчины 35-55	Мужчины 56 и старше	Женщины 18-34	Женщины 35-55	Женщины 56 и старше	Среднее специальное и ниже	Высшее, нез. высшее
1	1-2 кассеты	6,2	5,4	12,9	0,7	5,4	6,4	4,2	4,8	8,9
2	3-5 кассет	8,3	15,8	9,9	3,2	16,8	6,4	1,8	6,8	10,5
3	6-10 кассет	5,0	11,0	2,6	0,7	14,3	3,8	1,5	4,6	5,9
4	11 кассет и больше	3,4	8,5	1,2		11,5	2,4		2,7	4,5
5	Затрудняюсь ответить	3,8	2,9	5,6	3,6	2,7	5,3	1,9	3,9	3,8
6	Не пользуемся услугами проката	73,2	56,3	67,8	91,8	49,2	75,8	90,5	77,1	66,4

Таблица 5.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1	1-2 кассеты	6,2	10,0	4,9	10,3	2,5	5,0	3,3	4,1	12,2
2	3-5 кассет	8,3	9,9	7,7	14,9	1,1	12,2	6,1	6,8	15,9
3	6-10 кассет	5,0	3,2	8,1	7,4	0,8	8,4	2,7	2,6	5,7
4	11 кассет и больше	3,4	3,3	3,1	4,2	0,3	8,7		1,7	10,1
5	Затрудняюсь ответить	3,8	5,5	5,9	3,9	2,2	1,4	3,4	3,7	5,6
6	Не пользуемся услугами проката	73,2	68,1	70,3	59,3	93,1	64,3	84,6	81,2	50,4

Таблица 5.2.

6. Если у Вас есть личный автомобиль, то собираетесь ли Вы его страховать в 2002 году и от каких видов ущерба?

№		В целом	ПОЛОВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ						ОБРАЗОВАНИЕ	
			Мужчины 18-34	Мужчины 35-55	Мужчины 56 и старше	Женщины 18-34	Женщины 35-55	Женщины 56 и старше	Среднее специальное и ниже	Высшее, нез. высшее
1	Гражданскую ответственность	4,5	6,5	9,1	3,0	3,3	4,4	0,8	3,6	6,3
2	От угона	4,4	6,0	7,1	2,2	5,3	5,3	0,4	3,7	5,7
3	От повреждения	4,4	5,3	7,1	2,2	5,2	5,9	0,4	3,8	5,5
4	Затрудняюсь ответить	4,3	1,4	4,3	3,0	4,7	7,4	3,1	3,3	5,4
5	Не буду страховать	21,3	30,2	31,5	16,9	21,9	20,9	8,4	18,5	26,5
6	Нет автомобиля	71,4	63,7	59,3	79,3	69,6	67,9	88,0	75,6	64,0

Таблица 6.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1	Гражданскую ответственность	4,5	9,6	4,1	5,4	0,7	5,9	1,8	4,4	5,7
2	От угона	4,4	7,1	5,9	5,4	0,4	5,9	3,8	3,7	5,4
3	От повреждения	4,4	7,8	4,6	5,5	0,7	6,3	3,8	4,6	4,3
4	Затрудняюсь ответить	4,3	2,7	3,4	5,5	3,7	5,2		3,0	3,0
5	Не буду страховать	21,3	26,5	25,1	30,9	10,1	21,0	18,3	18,2	31,6
6	Нет автомобиля	71,4	67,6	69,7	58,1	85,6	67,2	77,9	77,1	60,6

Таблица 6.2.

7. Хотели бы Вы эмигрировать в другую страну?

№		В целом	ПОЛОВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ						ОБРАЗОВАНИЕ	
			Мужчины 18-34	Мужчины 35-55	Мужчины 56 и старше	Женщины 18-34	Женщины 35-55	Женщины 56 и старше	Среднее специальное и ниже	Высшее, нез. высшее
1.	Да	14,0	22,2	13,5	7,2	24,9	16,4	3,3	10,3	20,2
2.	Нет	86,0	77,8	86,5	92,8	75,1	83,6	96,7	89,7	79,8

Таблица 7.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1.	Да	14,0	11,9	12,9	23,3	4,6	22,9	7,5	9,6	19,5
2.	Нет	86,0	88,1	87,1	76,7	95,4	77,1	92,5	90,4	80,5

Таблица 7.2.

О проекте «Москвометр»

С октября 2001 года компания CSR Research выпускает бесплатный бюллетень «Москвометр». Его получателями являются средства массовой информации, исследовательские и PR-агентства, бренд-менеджеры компаний. Постоянные рубрики «Москвометра» – Потребление, Карьера, Здоровье, Дети, Досуг, Авто, Стиль. В основе предоставляемой в бюллетене информации лежит репрезентативный опрос 1200 москвичей, проводимый методом личных интервью на дому респондентов. Данные бюллетеня могут использоваться бесплатно, при условии обязательной ссылки на источник – исследовательскую компанию CSR Research. Все выпуски бюллетеня «Москвометр» размещены на сайте www.c-s-r.ru. Более подробную информацию Вы можете получить по телефону (095) 258-3685, или отправив письмо Ивану Вдовину по адресу press@c-s-r.ru

О CSR Research

Исследовательская компания CSR Research была образована в 1998 году консультантами в области маркетинга и связей с общественностью. Наша специализация – исследовательское сопровождение выпуска брендов, исследование имиджа промышленных корпораций, изучение аудиторий СМИ, информационно-аналитическая поддержка избирательных кампаний. Деятельность осуществляется на всей территории Российской Федерации. Центральный офис расположен в Москве.