

МосквоМетр

6—7 октября 2001 № 03

ММ

информационный бюллетень
компании CSR Research

.....
мнение москвичей
6—7 октября 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 | Какую сумму в среднем москвичи тратят на оплату мобильного телефона? |
| Карьера | Кто является лучшим руководителем – мужчина или женщина? |
| Здоровье | Как часто москвичи посещают стоматолога? |
| Дети | Помните ли Вы, как зовут Вашего первого школьного учителя? |
| Досуг | Если исключить Большой Театр, какой театр в Москве можно назвать лучшим? |
| Авто | Какую сумму в среднем москвичи тратят в месяц на бензин? |
| Стиль | Верят ли москвичи в гороскопы? |



1. Потребление. Если у Вас есть мобильный телефон, какую сумму в месяц в среднем Вы тратите на его оплату?

Среди владельцев мобильных телефонов, назвавших ежемесячную сумму трат на оплату счетов, выделилось четыре группы. 3,9% составили респонденты, тратящие в среднем 300 рублей и менее, 6,1% – это владельцы мобильных телефонов с расходами 301-600 рублей, 4,0% – с расходами 601-1200 рублей и 3,3% приходится на тех, кто в среднем тратят на оплату мобильного телефона в месяц 1201 рубль и более. Таким образом, прослеживается своеобразная зависимость «пиков» оплаты мобильного телефона от доллара, то есть 300 рублей – 10 у.е., 600 рублей – 20 у.е. и т.д. На отсутствие мобильного телефона, в свою очередь, ссылаются 46,2% респондентов.

Выше доля собственников мобильных телефонов среди представителей мужского пола, по сравнению с женщинами. Особенно ярко данная тенденция прослеживается при анализе не только гендерной, но и возрастной структуры. Так, если среди мужчин молодого возраста (18-34 лет) есть мобильный телефон более чем у половины (53,8%), и 28,6% тратят в месяц от 301 до 1200 рублей на его оплату, то среди женщин данной возрастной группы показатели следующие: на наличие телефона указывают 40,3% и 21,6% тратят сумму до 600 рублей в месяц. Анализ же расходов

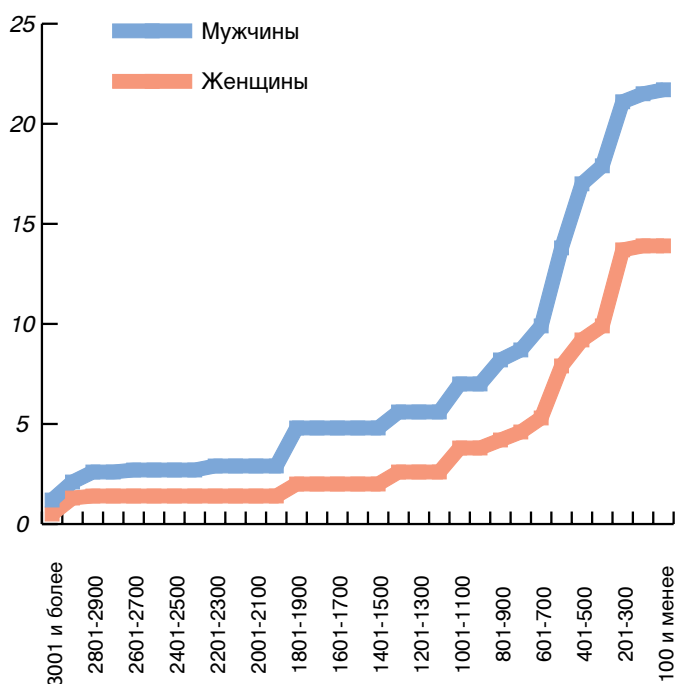


Рис. 1. Эластичность ежемесячных расходов на оплату мобильных телефонов

старшей возрастной категории (от 56 лет) представляется малоинтересным, поскольку мобильными телефонами обладают лишь 9,3% мужчин и 4,7% женщин.

Ежемесячные расходы на мобильный телефон практически напрямую связаны с уровнем дохода и образования его владельца. Так, среди представителей высокодоходной группы доля тех, кто тратят на телефон более 600 рублей в месяц, практически в десять раз выше, чем среди респондентов с более низким уровнем достатка.

Существует и взаимосвязь наличия мобильного телефона и размера расходов на него и сферы деятельности респондента. Особенно выделяется по величине расходов на фоне остальных коммерческая сфера.

2. Карьера. Как Вы считаете, кто является лучшим руководителем – мужчина или женщина?

Практически половина москвичей (49,2%) полагают, что мужчина является лучшим руководителем, по сравнению с женщиной. Чуть менее трети опрошенных считают половой признак не значимым (29,4%). Женщину лучшим руководителем называют лишь 13,6% респондентов.

Интересная зависимость наблюдается в отношении данного показателя и половозрастных характеристик. Так, чем моложе мужчина, тем чаще он называет представителя мужского пола лучшим руководителем, тогда как чем мужчина старше, тем чаще мнение его меняется в противоположную сторону – к женщине-руководителю или независимости от пола. В свою очередь, для женщин тенденция обратная – увеличение возраста сказывается на уменьшении ответов в пользу женщины-руководителя.

Мужчину в качестве лучшего руководителя называют представители производственной сферы, тогда как домохозяйки чаще указывают представительницу женского пола. Респонденты, занятые в коммерческой сфере, в свою очередь, чаще других считают, что показатель эффективности руководства не зависит от гендерного признака.

По мере продвижения из низкодоходной группы населения в высокодоходную, растет доля тех, кто выбирают альтернативу ответа «мужчина», и уменьшается доля тех, кто указывают вариант «женщина».

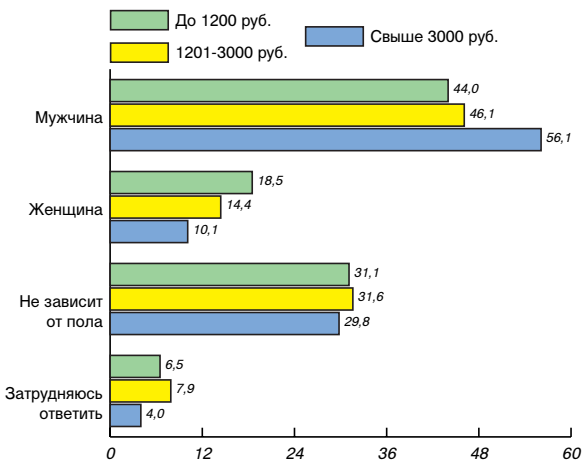


Рис. 2. Идентификация лучшего руководителя в зависимости от уровня дохода респондента

3. Здоровье. Как часто Вы посещаете стоматолога?

Стоматолог является, наверное, самым нелюбимым с детства врачом, однако эта причина вряд ли является первой в списке 53,7% респондентов, посещающих стоматолога реже одного раза в год. Данная группа чаще представлена представителями старшего поколения (от 56 лет), пенсионерами, респондентами с низким уровнем образования и дохода. Учитывая ее социальный состав, скорее всего причина столь редкого посещения врача – финансовая.

Группа «средней» частоты посещения – не реже одного раза в год – составляет примерно 1/5 жителей Москвы. Москвичей, соблюдающих советы врача о показе не реже раз в год, а лучше в полгода следует по частоте посещения условно разделить на две группы: «посещающие стоматолога не реже одного раза в квартал» (4,5%) и «посещающие стоматолога не реже одного раза в полгода» (11,4%). Поскольку социально-демографический

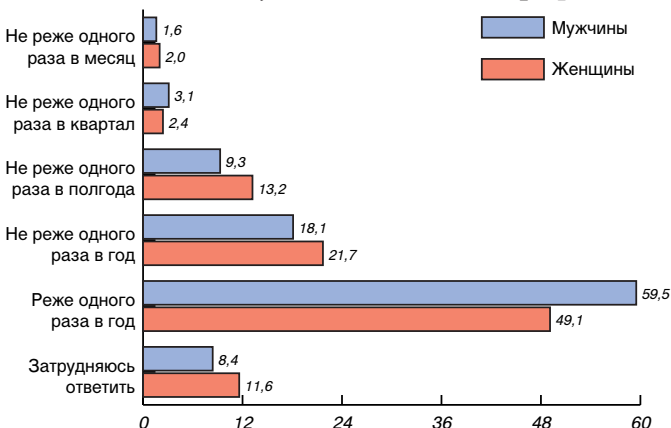


Рис. 3. Частота посещения стоматолога в зависимости от гендерного признака

состав для данных групп практически не меняется, целесообразно проводить анализ тенденций в целом. Так, чем выше уровень дохода и образования, тем чаще респондент посещает стоматолога. Аналогичную зависимость можно выразить по отношению к возрасту: чем моложе респондент, тем выше активность посещения.

4. Дети. Помните ли Вы, как зовут Вашего первого учителя?

Интересным представляется тот факт, что чуть менее 2/3 москвичей помнят, как зовут их первого школьного учителя. Соответственно, 30,7% называют противоположную альтернативу ответа на заданный вопрос.

Вспоминание имени первого школьного учителя в большей степени свойственно представителям молодежной группы, особенно женского пола. Так, 83,4% женщин в возрасте от 18 до 34 лет говорят, что помнят имя и отчество первого учителя, тогда как аналогичное мнение высказывают лишь 75,0% мужчин в данной возрастной группе. Чем старше респонденты, тем ближе по наполненности становятся группы.

На знание имени первого школьного учителя чаще ссылаются респонденты, занятые в коммерческой и бюджетной сферах, в то время как участники опроса, сферой деятельности которых является производство, чаще выбирают альтернативу ответа «нет».

Очевидна корреляция данного показателя с уровнем образования респондента: чем оно выше, тем выше уровень осведомленности о первом школьном учителе.

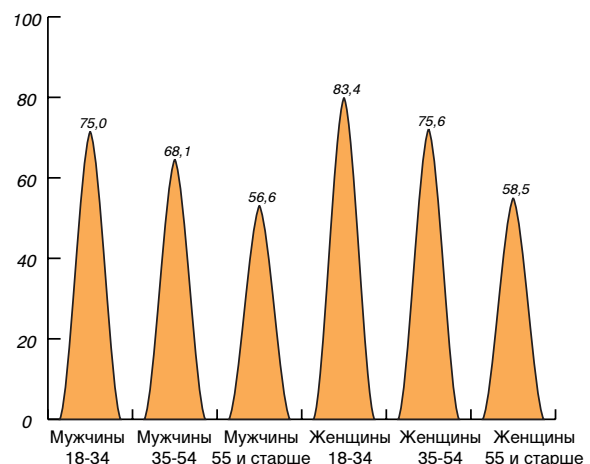


Рис. 4. Знание имени первого школьного учителя в зависимости от половозрастных характеристик

5. Досуг. Если исключить Большой Театр, какой театр в Москве можно назвать лучшим?

На первом месте в списке лучших, с точки зрения москвичей, театров (за исключением Большого Театра) находится «Ленком» (9,4%). Второе место занимает «Театр Эстрады» (7,0%), третье – «Театр Сатиры» (5,9%). На четвертом месте с отрывом всего в 0,1 пункта находится «МХАТ им. Чехова» (5,8%). Пятерку лидеров замыкает «Театр им. Вахтангова» (5,3%). Далее в порядке убывания следуют: «Содружество Актеров Таганки» (4,9%), «Современник» (4,7%), «Сатирикон» (3,7%), «Театр Оперетты» (3,1%), «Театр Маяковского» (2,1%), «Театр им. Моссовета» (2,0%). Всего было названо 35 театров, однако анализу подлежат только те, чей рейтинг лежит в пределах статистической значимости.

Интересной представляется зависимость ответов респондентов от половозрастных характеристик. Так, например, представители молодежной группы (18-24 лет) как мужского, так и женского пола чаще в качестве лучшего московского театра называют «Сатирикон». Группа несколько постарше, в свою очередь, чаще указывает на «Театр Сатиры» и «Содружество Актеров Таганки». Значимой для освещения является также следующая информация: чем старше женщина, тем чаще она называет лучшим «Театр Эстрады», тогда как чем меньше ее возраст, тем чаще звучит ответ «Ленком».

«Ленком» также чаще указывается среди респондентов, занятых в бюджетной и коммерческой сферах, хотя представители бюджетной сферы еще чаще других называют «Современник». Пен-

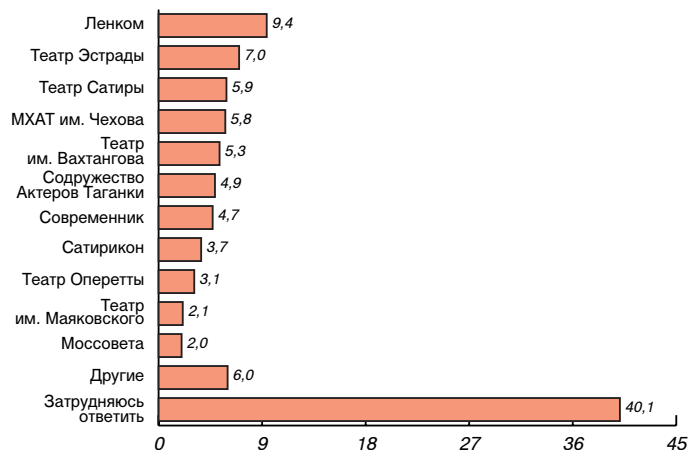


Рис. 5. Рейтинг лучших московских театров (исключая Большой Театр)

сионерам в большей степени импонируют «Театр Эстрады» и «МХАТ им. Чехова».

Лидирующую позицию «Ленком» получил благодаря поддержке респондентов с высоким уровнем образования и низким уровнем дохода. За счет неприятия именно этими группами «Театр Эстрады» занял лишь второе место. Представители же высокодоходной группы населения чаще отдают предпочтение таким театрам, как «Содружество Актеров Таганки» и «МХАТ им. Чехова».

6. Авто. Если в Вашей семье есть автомобиль, назовите сумму, которую Вы в среднем тратите в месяц на бензин?

11,5% автолюбителей в среднем в месяц тратят на бензин 600 рублей и менее. Несколько больше тех, кто называют интервал от 601 до 1200 рублей (15,4%). Сумму в диапазоне 1201-2000 рублей в месяц на бензин расходуют 7,0%, в диапазоне 2001-3000 рублей – 6,9%. Свыше 3000 рублей на бензин ежемесячно тратят лишь 4,8% респондентов.

Увеличение ежемесячных средств на бензин наблюдается со стороны высокодоходной и высокообразованной групп населения. Прослеживается также зависимость от возраста: чем моложе респондент, тем чаще он в качестве интервала ежемесячных расходов на бензин называет от 601 до 1200 рублей.

Практически 2/3 опрошенных констатируют факт отсутствия личного автомобиля (64,2%). Преимущественно данная группа состоит из представителей старшей возрастной группы (от 56 лет), пенсионеров, респондентов с низким уровнем образования и дохода.

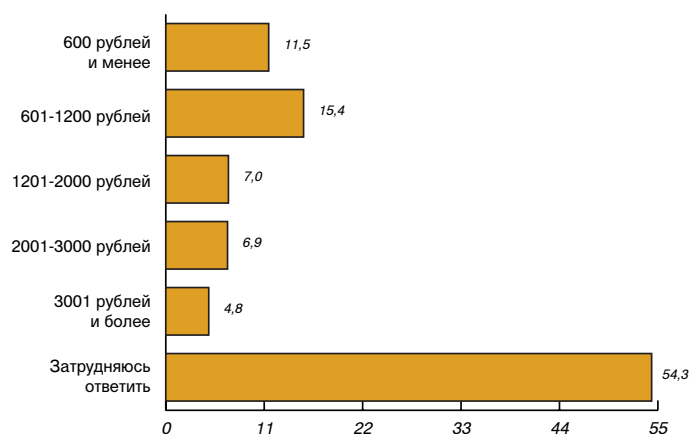


Рис. 6. Ежемесячные расходы на бензин

7. Стиль. Верите ли Вы в гороскопы?

Не смотря на большую распространенность гороскопов в печатных средствах массовой информации, примерно 2/3 москвичей (61,1%) не верят им. Лишь 29,4% опрошенных доверяют информации, размещенной в гороскопах.

Женщины более, нежели представители противоположного пола, доверчивы к информации в гороскопах. Аналогичная тенденция прослеживается по мере увеличения возраста.

Анализ зависимости данного показателя от сферы деятельности респондента показал на повышенную склонность к гороскопам со стороны занятых в бюджетной сфере, а также домохозяек, и пониженную – со стороны представителей производственной сферы.

По мере продвижения из низкодоходной группы в высокодоходную растет доля тех, кто не верят в гороскопы, и соответственно, уменьшается доля доверяющих им.

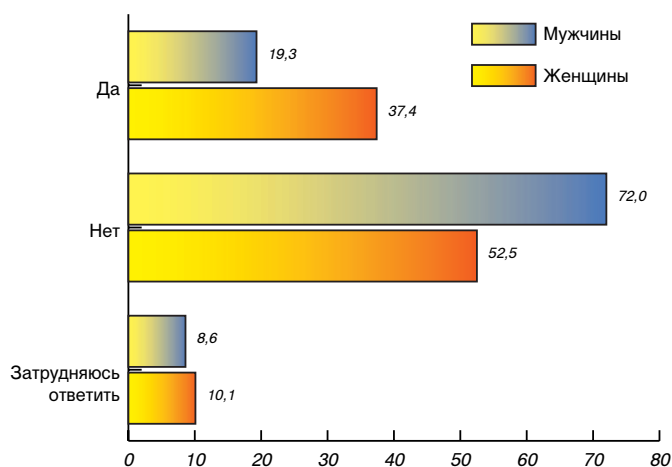


Рис. 7. Доверие гороскопам в зависимости от гендерного признака

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

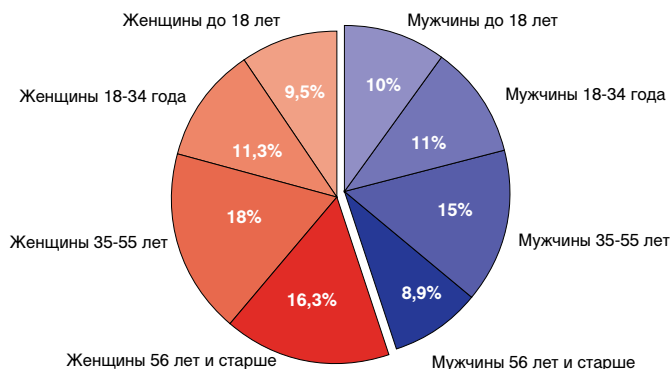


Рис. 8. Половозрастной состав населения Москвы

2. Образование

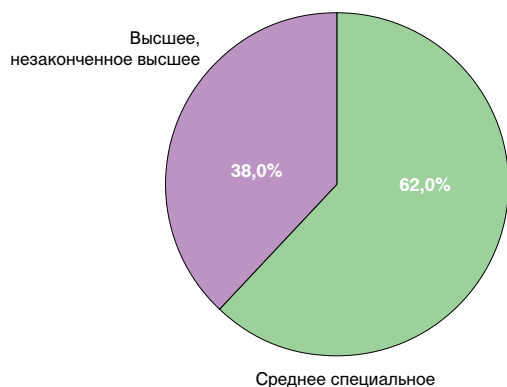


Рис. 9. Распределение респондентов по уровню образования

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).

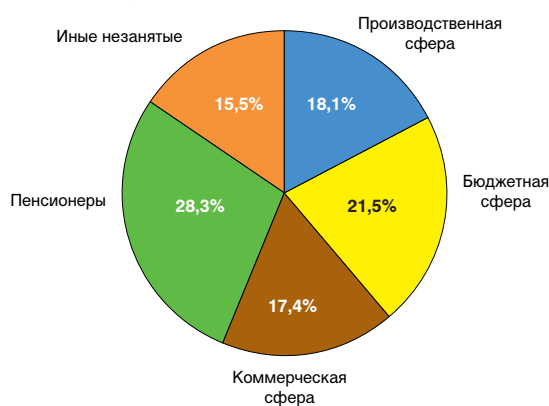


Рис. 10. Распределение респондентов по сферам деятельности

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.

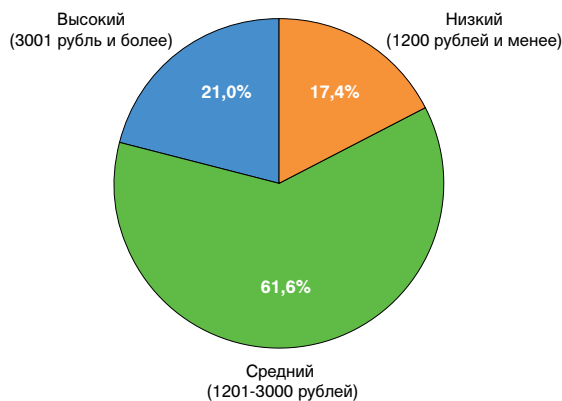


Рис. 11. Распределение респондентов по уровню дохода

Аналитические таблицы

1. Если у Вас есть мобильный телефон, какую сумму в месяц в среднем Вы тратите на его оплату?

№		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	300 рублей и менее	3,9	5,6	3,7	1,7	8,9	4,6	0,3	2,9	5,6
2	301-600 рублей	6,1	16,6	5,4	3,0	12,7	4,1		3,6	10,2
3	601-1200 рублей	4,0	12,0	3,0	0,8	6,0	3,8	0,8	2,6	6,4
4	1201 рублей и больше	3,3	9,6	3,7	1,4	5,9	1,5	0,2	1,7	5,9
5	Затрудняюсь ответить	6,7	9,9	10,1	2,4	6,8	7,0	3,4		
6	Нет мобильного телефона	76,0	46,2	74,2	90,7	59,7	79,0	95,3	84,9	61,3

Таблица 1.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1	300 рублей и менее	3,9	3,0	6,0	4,7	0,8	7,2	1,1	3,2	7,7
2	301-600 рублей	6,1	4,7	6,4	14,9		9,4	8,2	2,5	11,5
3	601-1200 рублей	4,0	3,7	5,4	8,6	0,2	5,2	1,9	1,9	8,1
4	1201 рублей и больше	3,3	3,9	1,6	9,0		3,7	0,7	0,8	9,0
5	Затрудняюсь ответить	6,7	4,6	9,1	11,3	2,7	5,7	7,9	1,7	7,4
6	Нет мобильного телефона	76,0	80,1	71,5	51,5	96,3	68,7	80,3	89,8	56,3

Таблица 1.2.

2. Как Вы считаете, кто является лучшим руководителем - мужчина или женщина?

№		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	Мужчина	49,2	66,0	59,3	50,6	38,9	46,6	37,4	47,3	52,4
2	Женщина	13,6	6,5	6,3	10,9	23,2	18,3	15,3	15,1	11,1
3	Не зависит от пола	29,4	23,2	27,6	30,9	31,9	30,7	31,2	28,6	30,6
4	Затрудняюсь ответить	7,8	4,3	6,8	7,5	6,0	4,5	16,1	8,9	5,9

Таблица 2.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1	Мужчина	49,2	53,5	51,1	49,3	44,9	49,1	44,0	46,1	56,1
2	Женщина	13,6	11,4	12,0	11,3	13,8	19,7	18,5	14,4	10,1
3	Не зависит от пола	29,4	31,9	28,9	33,7	28,7	23,5	31,1	31,6	29,8
4	Затрудняюсь ответить	7,8	3,2	8,0	5,7	12,6	7,7	6,5	7,9	4,0

Таблица 2.2.

3. Как часто Вы посещаете стоматолога?

№		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	Не реже одного раза в месяц	1,8	2,6	1,4	0,8	2,9		3,7	1,7	2,1
2	Не реже одного раза в квартал	2,7	4,8	2,5	2,3	3,2	2,9	1,3	2,2	3,6
3	Не реже одного раза в полгода	11,4	18,6	6,4	3,2	23,9	15,0	4,4	9,6	14,5
4	Не реже одного раза в год	20,1	20,3	18,6	14,9	27,7	27,6	11,0	15,5	27,2
5	Реже одного раза в год	53,7	47,1	64,6	65,1	34,6	42,6	66,0	61,1	41,9
6	Затрудняюсь ответить	10,3	6,6	6,5	13,7	7,7	11,9	13,6		

Таблица 3.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1	Не реже одного раза в месяц	1,8	1,3	1,4	2,5	2,1	1,7	3,7	1,7	0,9
2	Не реже одного раза в квартал	2,7	3,0	1,7	5,0	1,2	3,7	0,4	1,4	3,6
3	Не реже одного раза в полгода	11,4	12,8	15,5	14,0	3,5	15,5	7,3	8,8	15,5
4	Не реже одного раза в год	20,1	11,9	29,3	28,9	10,2	23,6	18,9	19,6	24,1
5	Реже одного раза в год	53,7	67,5	41,2	39,4	69,6	46,0	56,6	58,6	51,2
6	Затрудняюсь ответить	10,3	3,5	11,0	10,3	13,4	9,5	13,0	9,9	4,6

Таблица 3.2.

4. Помните ли Вы, как зовут Вашего первого учителя?

№		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	69,3	75,0	68,1	56,6	83,4	75,6	58,5	65,4	75,5
2	Нет	30,6	25,0	31,9	43,4	16,6	24,4	41,5	34,0	23,2

Таблица 4.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1	Да	69,3	68,3	77,8	77,9	55,2	75,1	76,1	68,5	75,8
2	Нет	30,6	31,7	22,2	22,1	44,9	24,9	23,9	31,5	24,2

Таблица 4.2.

5. Если исключить Большой Театр, какой театр в Москве можно назвать лучшим?

№		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.	Ленком	9,4	8,3	10,7	9,0	13,4	11,6	4,1	5,9	15,2
2.	Театр Эстрады	7,0	6,4	4,9	8,1	5,8	7,3	8,9	5,9	8,4
3.	Театр Сатиры	5,9	3,1	10,3	6,9	4,0	6,1	4,0	6,9	4,3
4.	МХАТ им. Чехова	5,8	7,1	2,3	8,8	7,9	4,8	6,0	4,5	7,9
5.	Театр им. Вахтангова	5,3	4,9	3,5	5,1	5,1	5,6	7,1	4,8	6,2
6.	Содружество Актеров Таганки	4,9	3,6	9,2	4,4	3,1	6,4	1,6	3,7	6,9
7.	Современник	4,7	3,5	2,6	0,8	5,7	9,8	3,2	3,6	6,4
8.	Сатириконт	3,7	9,2	2,4	1,8	6,3	2,7	1,8	3,6	3,9
9.	Театр Оперетты	3,1	1,2	2,6	3,0	2,4	4,2	4,1	4,1	1,6
10.	Театр им. Маяковского	2,1	1,4	2,1	2,1	1,5	2,9	2,0	1,4	3,1
11.	Моссовета	2,0	0,8	0,9	1,8	1,9	1,8	4,4	1,1	3,6
12.	Другие	6,0	3,1	5,1	6,3	10,1	7,5	4,4	5,7	6,7
13.	Затрудняюсь ответить	40,1	47,4	43,4	41,8	32,9	29,2	48,5	48,9	25,8

Таблица 5.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1.	Ленком	9,4	8,3	13,0	13,2	4,7	9,3	11,5	7,8	10,0
2.	Театр Эстрады	7,0	5,1	6,9	6,3	8,5	6,3	1,3	8,0	8,1
3.	Театр Сатиры	5,9	6,4	7,1	7,6	4,6	5,0	7,2	6,4	5,4
4.	МХАТ им. Чехова	5,8	4,4	3,6	3,7	6,7	9,9	3,4	5,6	7,3
5.	Театр им. Вахтангова	5,3	5,0	4,7	6,1	5,4	5,3	8,1	5,5	7,4
6.	Содружество Актеров Таганки	4,9	8,1	5,6	5,4	1,7	6,9	4,5	4,8	9,4
7.	Современник	4,7	3,4	10,8	3,5	2,5	2,2	5,7	4,0	4,6
8.	Сатириконт	3,7	5,0	2,5	4,4	1,9	5,4	4,6	3,0	4,8
9.	Театр Оперетты	3,1	4,1	1,9	4,7	2,6	3,4	4,4	4,2	3,1
10.	Театр им. Маяковского	2,1	0,8	2,5	3,7	1,8	2,1	1,5	2,7	3,8
11.	Моссовета	2,0	0,6	3,3	0,8	2,9	1,9	1,0	2,9	4,6
12.	Другие	6,0	4,4	8,6	5,8	5,1	6,3	8,6	3,9	9,2
13.	Затрудняюсь ответить	40,1	44,3	29,3	34,8	51,4	36,1	38,3	41,1	22,4

Таблица 5.2.

6. Если в Вашей семье есть автомобиль, назовите сумму, которую в среднем тратите в месяц на бензин?

№		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.	500 рублей и менее	2,7	2,8	4,4	5,1	3,3	1,4	0,9	2,5	3,2
2.	501-1000 рублей	5,3	11,7	7,3	4,8	5,9	3,1	1,9	4,3	7,0
3.	1001-1500 рублей	2,0	2,9	4,8	0,9	0,9	1,7	0,5	2,1	1,9
4.	1501-3000 рублей	2,6	6,3	3,1	1,7	1,6	3,1	0,5	2,0	3,6
5.	3001 рублей и более	1,5	3,7	3,1		1,1	1,3		1,6	1,3
6.	Затрудняюсь ответить	21,6	21,3	22,3	16,8	33,4	27,0	10,3	19,1	
7.	Нет личного автомобиля	64,2	51,3	55,1	70,8	53,9	62,4	86,0	68,4	57,4

Таблица 6.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1.	500 рублей и менее	2,7	5,1	2,9	1,6	0,7	5,6	7,4	2,8	2,7
2.	501-1000 рублей	5,3	4,1	5,6	8,9	3,1	6,5	4,7	4,3	10,4
3.	1001-1500 рублей	2,0	5,0	0,5	4,3	0,8	0,8		2,1	3,2
4.	1501-3000 рублей	2,6	5,6	4,4	3,4	0,3			1,3	7,4
5.	3001 рублей и более	1,5	2,3	1,7	4,2		0,4	1,0	1,5	1,0
6.	Затрудняюсь ответить	21,6	19,5	23,5	27,0	10,8	33,6	18,3	10,9	25,9
7.	Нет личного автомобиля	64,2	58,5	61,4	50,6	84,4	53,0	68,5	77,2	49,3

Таблица 6.2.

7. Верите ли Вы в гороскопы?

№		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	29,4	24,2	18,7	15,1	46,2	44,8	23,3	28,6	31,1
2.	Нет	61,1	67,5	72,7	76,0	40,5	45,9	67,4	60,5	62,0
3.	Затрудняюсь ответить	9,5	8,3	8,6	9,0	13,2	9,3	9,3	10,9	7,0

Таблица 7.1.

№		В целом	ЗАНЯТОСТЬ					ДОХОД		
			Производственная сфера	Социальная сфера	Коммерческая сфера	Пенсионеры	Иные незанятые	До 1200	1201-3000	Свыше 3000
1.	Да	29,4	19,7	37,6	33,7	22,0	37,8	33,9	28,1	31,2
2.	Нет	61,1	71,9	50,6	58,0	68,8	53,0	54,0	62,3	61,8
3.	Затрудняюсь ответить	9,5	8,4	11,9	8,3	9,2	9,1	12,0	9,6	7,1

Таблица 7.2.

В следующем выпуске «Москвометра»

Потребление	Какую видео и аудио технику москвичи планируют купить до Нового года?
Карьера	Применяется ли у Вас на работе система денежных штрафов для провинившихся сотрудников?
Здоровье	На сколько баллов Вы бы оценили свое физическое здоровье?
Дети	Насколько Вы удовлетворены уровнем преподавания в школе?
Досуг	Самые привлекательные киноактер и киноактриса последнего десятилетия
Авто	Какой у Вас водительский стаж?
Стиль	Что такое наручные часы для потенциальных покупателей

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.