

# 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](mailto: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](http://www.c-s-r.ru).

## В этом выпуске «МосквоМетра»

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

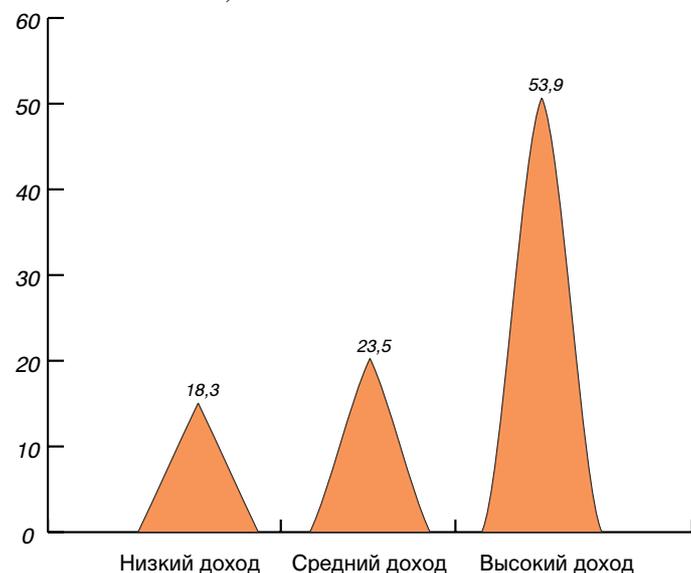


Рис. 1. Привлекательность кредитных схем крупных покупок в зависимости от уровня дохода респондента

**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 будет 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.

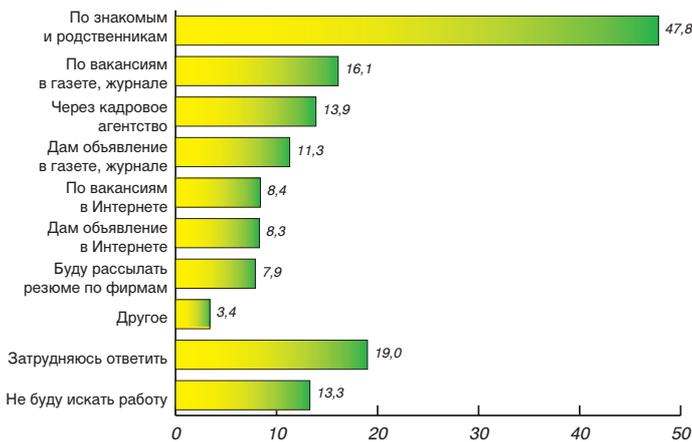


Рис. 2. Варианты поиска нового места работы

### 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%.

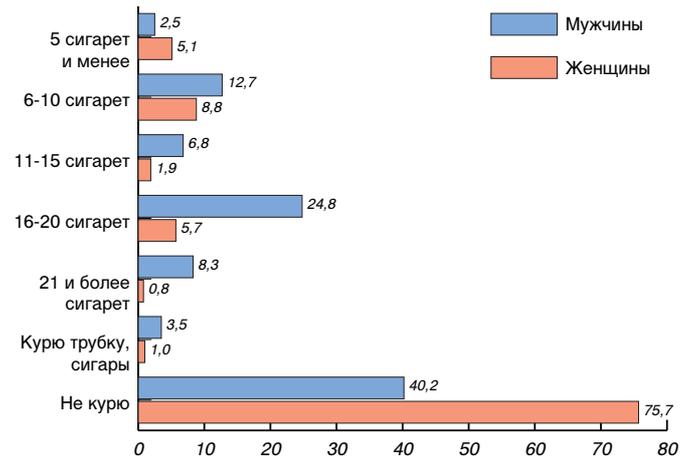


Рис. 3. Количество выкуриваемых сигарет в зависимости от гендерного признака

### 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

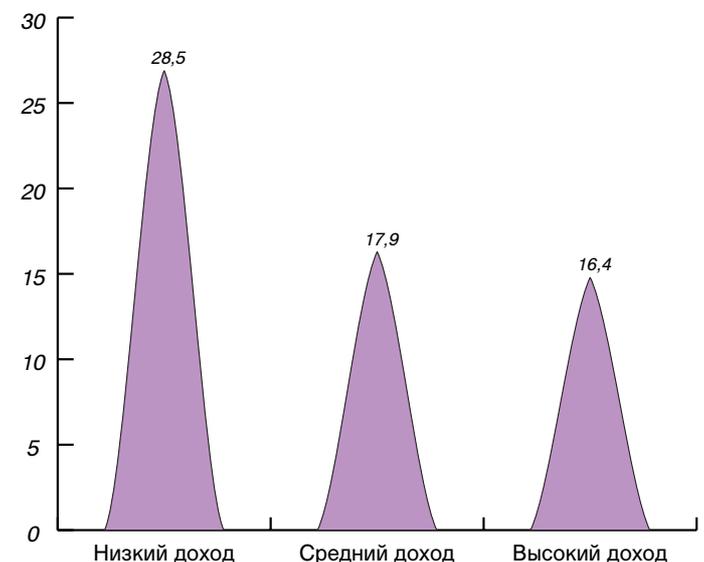


Рис. 4. Отношение к введению школьной формы в зависимости от уровня дохода респондента

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 деятельностью 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.

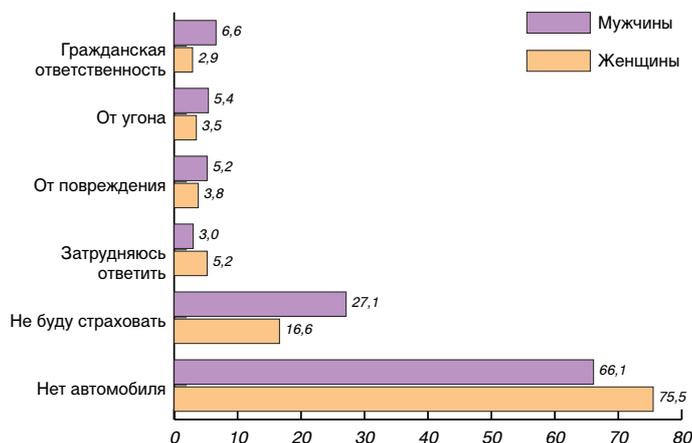


Рис. 6. Предпочитаемые виды страхования автомобиля в зависимости от гендерного признака

## 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.

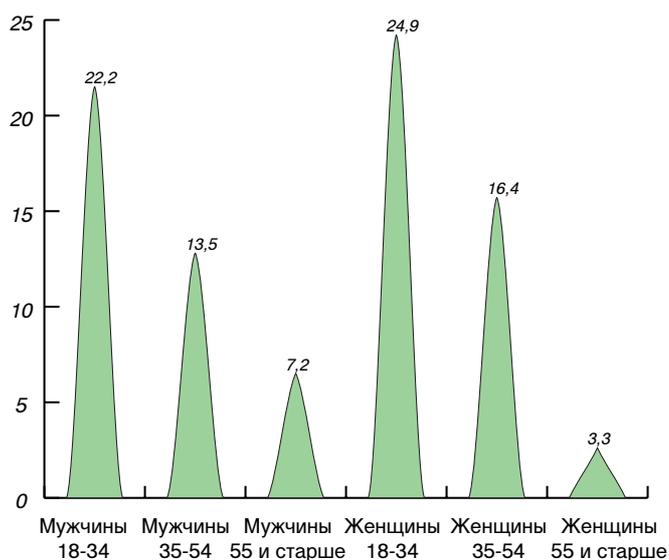


Рис. 7. Желание эмигрировать в зависимости от половых и возрастных характеристик

## 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 состав<sup>1</sup>



Рис. 8. Половозрастной состав населения Москвы

### 2. Образование



Рис. 9. Распределение респондентов по уровню образования

<sup>1</sup> 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.

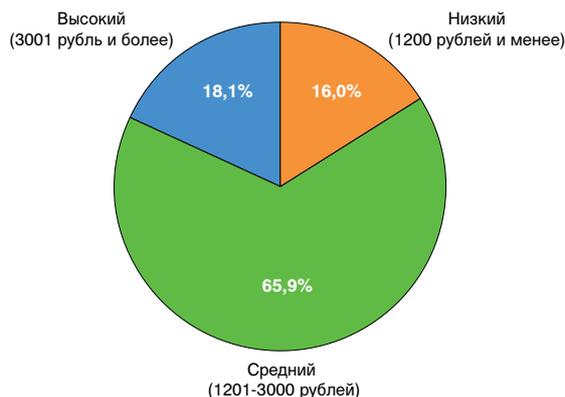


Рис. 11. Распределение респондентов по уровню дохода

## 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	<b>33,3</b>	46,3	40,1	14,4	55,6	34,6	13,9	29,6	40,0
2.	Нет, кредитные схемы для меня не привлекательны	<b>55,5</b>	46,0	51,4	66,5	37,5	55,3	70,3	57,3	52,1
3.	Затрудняюсь ответить	<b>11,3</b>	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	<b>33,3</b>	41,5	34,4	44,2	13,3	43,4	18,3	23,5	53,9
2.	Нет, кредитные схемы для меня не привлекательны	<b>55,5</b>	48,8	57,4	50,2	68,2	46,2	64,4	66,2	41,3
3.	Затрудняюсь ответить	<b>11,3</b>	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	<b>47,8</b>	65,7	50,3	19,9	54,9	48,7	21,4	45,5	50,7
2.	Буду искать по вакансиям в газете, журнале	<b>16,1</b>	16,2	19,8	3,1	17,8	18,5	7,9	15,0	17,9
3.	Через кадровое агентство	<b>13,9</b>	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	<b>11,3</b>	11,7	11,9	9,5	12,4	11,4	7,9	8,3	15,2
5.	Буду искать по вакансиям в Интернете	<b>8,4</b>	17,5	3,5	6,2	15,7	6,5	2,3	4,7	13,8
6.	Дам объявление в Интернете	<b>8,3</b>	15,9	3,5	4,6	15,7	7,8	1,1	3,9	14,6
7.	Буду рассылать свое резюме по фирмам	<b>7,9</b>	7,5	7,0	2,8	13,7	8,8	4,7	4,3	13,3
8.	Другое	<b>3,4</b>	1,8	3,0	6,2	4,0	3,2	4,2	2,7	4,5
9.	Затрудняюсь ответить	<b>19,0</b>	10,7	20,5	30,5	16,2	22,7	12,0	19,6	18,2
10.	Не буду искать работу	<b>13,3</b>	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	<b>47,8</b>	49,4	45,9	55,4		46,1	48,3	51,6	
2.	Буду искать по вакансиям в газете, журнале	<b>16,1</b>	17,5	11,0	22,3		13,8	14,6	16,3	
3.	Через кадровое агентство	<b>13,9</b>	15,8	14,0	16,5		7,1	17,8	15,2	
4.	Дам объявление о поиске работы в газету, журнал	<b>11,3</b>	9,5	11,4	15,1		11,9	13,0	9,1	
5.	Буду искать по вакансиям в Интернете	<b>8,4</b>	6,8	8,1	11,0		6,6	5,9	13,9	
6.	Дам объявление в Интернете	<b>8,3</b>	6,9	8,8	10,2		5,3	6,7	12,4	
7.	Буду рассылать свое резюме по фирмам	<b>7,9</b>	4,5	6,8	14,9		6,6	9,0	13,7	
8.	Другое	<b>3,4</b>	3,7	4,5	2,9		8,4	1,9	2,0	
9.	Затрудняюсь ответить	<b>19,0</b>	17,5	16,4	15,3		11,9	15,8	20,2	
10.	Не буду искать работу	<b>13,3</b>	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	<b>3,9</b>	3,1	2,9	1,3	9,5	6,4	0,7	3,1	5,4
2	6-10 сигарет	<b>10,5</b>	15,1	12,4	10,5	18,7	8,5	2,8	10,6	10,3
3	11-15 сигарет	<b>4,1</b>	10,5	5,2	5,5	3,4	2,3	0,4	3,9	4,4
4	16-20 сигарет	<b>14,2</b>	22,7	30,6	18,3	4,5	9,6	2,0	16,4	10,1
5	21 сигарета и более	<b>4,1</b>	7,5	10,1	6,5	1,3	0,4	1,1	4,1	4,3
6	Затрудняюсь ответить	<b>1,1</b>	2,7	0,7		2,7	1,0		1,3	0,7
7	Курю трубку, сигары	<b>2,1</b>	1,8	4,1	4,5	1,2	1,6	0,3	1,4	3,5
8	Не курю	<b>60,0</b>	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	<b>3,9</b>	4,8	3,8	3,7	2,2	6,3	7,0	3,4	6,8
2	6-10 сигарет	<b>10,5</b>	13,8	10,1	11,0	5,5	14,7	9,1	7,3	15,4
3	11-15 сигарет	<b>4,1</b>	4,6	5,5	5,5	2,2	3,1	1,4	3,3	3,9
4	16-20 сигарет	<b>14,2</b>	20,6	14,7	11,2	8,0	19,0	13,5	13,1	11,5
5	21 сигарета и более	<b>4,1</b>	9,2	3,0	3,7	2,6	4,1	0,8	4,1	5,7
6	Затрудняюсь ответить	<b>1,1</b>	1,1	0,9	2,8	0,3	0,7		0,8	
7	Курю трубку, сигары	<b>2,1</b>	1,4	1,4	3,7	1,7	2,9	1,7	2,1	4,7
8	Не курю	<b>60,0</b>	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	<b>19,2</b>	13,3	30,3	9,2	21,4	28,0	7,2	18,8	20,0
2	Не приветствовали	<b>9,8</b>	6,5	15,9	2,8	13,0	13,8	3,9	8,4	12,4
3	Нет детей дошкольного возраста	<b>70,0</b>	80,2	51,5	87,4	64,6	57,3	88,2	72,0	66,2
4	Затрудняюсь ответить	<b>1,0</b>		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	<b>19,2</b>	25,8	23,0	22,8	8,5	23,2	28,5	17,9	16,4
2	Не приветствовали	<b>9,8</b>	9,7	10,4	15,0	4,8	11,0	7,4	6,7	11,3
3	Нет детей дошкольного возраста	<b>70,0</b>	63,2	65,3	60,2	86,2	65,8	62,1	74,7	69,0
4	Затрудняюсь ответить	<b>1,0</b>	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	<b>6,2</b>	5,4	12,9	0,7	5,4	6,4	4,2	4,8	8,9
2	3-5 кассет	<b>8,3</b>	15,8	9,9	3,2	16,8	6,4	1,8	6,8	10,5
3	6-10 кассет	<b>5,0</b>	11,0	2,6	0,7	14,3	3,8	1,5	4,6	5,9
4	11 кассет и больше	<b>3,4</b>	8,5	1,2		11,5	2,4		2,7	4,5
5	Затрудняюсь ответить	<b>3,8</b>	2,9	5,6	3,6	2,7	5,3	1,9	3,9	3,8
6	Не пользуемся услугами проката	<b>73,2</b>	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	<b>6,2</b>	10,0	4,9	10,3	2,5	5,0	3,3	4,1	12,2
2	3-5 кассет	<b>8,3</b>	9,9	7,7	14,9	1,1	12,2	6,1	6,8	15,9
3	6-10 кассет	<b>5,0</b>	3,2	8,1	7,4	0,8	8,4	2,7	2,6	5,7
4	11 кассет и больше	<b>3,4</b>	3,3	3,1	4,2	0,3	8,7		1,7	10,1
5	Затрудняюсь ответить	<b>3,8</b>	5,5	5,9	3,9	2,2	1,4	3,4	3,7	5,6
6	Не пользуемся услугами проката	<b>73,2</b>	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	<b>4,5</b>	6,5	9,1	3,0	3,3	4,4	0,8	3,6	6,3
2	От угона	<b>4,4</b>	6,0	7,1	2,2	5,3	5,3	0,4	3,7	5,7
3	От повреждения	<b>4,4</b>	5,3	7,1	2,2	5,2	5,9	0,4	3,8	5,5
4	Затрудняюсь ответить	<b>4,3</b>	1,4	4,3	3,0	4,7	7,4	3,1	3,3	5,4
5	Не буду страховать	<b>21,3</b>	30,2	31,5	16,9	21,9	20,9	8,4	18,5	26,5
6	Нет автомобиля	<b>71,4</b>	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	<b>4,5</b>	9,6	4,1	5,4	0,7	5,9	1,8	4,4	5,7
2	От угона	<b>4,4</b>	7,1	5,9	5,4	0,4	5,9	3,8	3,7	5,4
3	От повреждения	<b>4,4</b>	7,8	4,6	5,5	0,7	6,3	3,8	4,6	4,3
4	Затрудняюсь ответить	<b>4,3</b>	2,7	3,4	5,5	3,7	5,2		3,0	3,0
5	Не буду страховать	<b>21,3</b>	26,5	25,1	30,9	10,1	21,0	18,3	18,2	31,6
6	Нет автомобиля	<b>71,4</b>	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	<b>14,0</b>	22,2	13,5	7,2	24,9	16,4	3,3	10,3	20,2
2.	Нет	<b>86,0</b>	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	<b>14,0</b>	11,9	12,9	23,3	4,6	22,9	7,5	9,6	19,5
2.	Нет	<b>86,0</b>	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](http://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](mailto: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.