

ДОВЕРИЕ К ОТРАСЛЯМ 2022

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

ОНЛАЙН/ОФЛАЙН ПОКУПКИ. Почти каждый второй потребитель доверяет службам доставки (48%). Доверие интернет-магазинам и офлайн-супермаркетам находится на одном уровне – 43% и 42% соответственно. Доверие маркетплейсам чуть ниже – 39%. Экосистемам доверяют 30% опрошенных и только 15% - социальным маркетплейсам. Больше всего экосистемам и покупкам в интернете доверяют молодые люди 16-19 лет.

БАНКИ И СТРАХОВАНИЕ. В целом по выборке банкам доверяют 37% опрошенных, страховым компаниям – 24%. Наибольшим доверием банки и страховые компании пользуются у молодежи 16-19 лет - 61% и 42% соответственно.

АВТОРЫНОК. В автомобильном сегменте производители пользуются более высоким уровнем доверия, чем автодилеры или онлайн-сервисы аренды: 41%, 25% и 26% соответственно. Дилерам и сервисам аренды в большей степени доверяют молодые люди, тогда как самое высокое доверие к производителям зафиксировано в группе 55-64 года.

МЕТАВСЕЛЕННЫЕ. Несмотря на то, что метавселенные вызывают наименьшее доверие (15%), это довольно высокий результат для того, чем можно будет воспользоваться только в перспективе. Им более других возрастных групп склонны доверять респонденты в возрасте 16-24 года.

ДОВЕРИЕ К ОТРАСЛЯМ

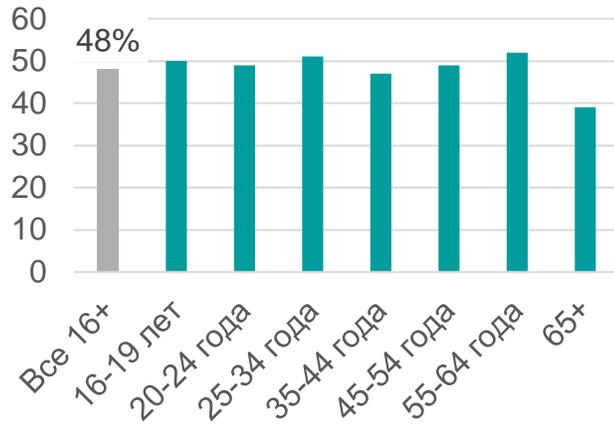


Источник: Ipsos. [Исследование РосИндекс](#) 1Q/2022
Россияне 16+. Города с населением 100 тыс.+
Сбор данных: 14 февраля – 25 марта 2022

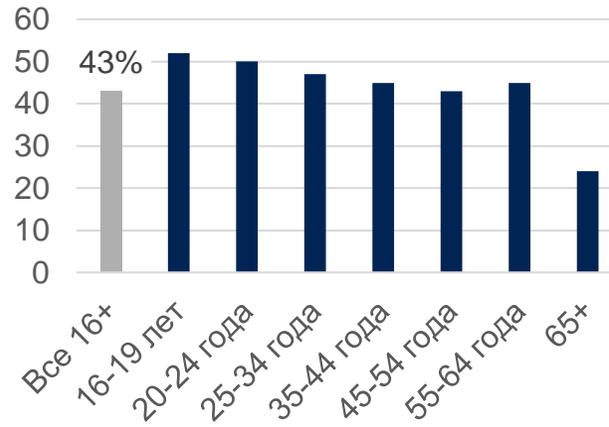


ДОВЕРИЕ К ОТРАСЛЯМ. ОНЛАЙН/ОФЛАЙН ПОКУПКИ

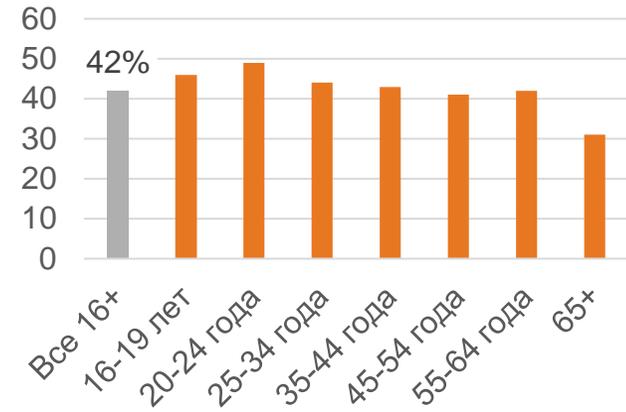
Курьерские компании



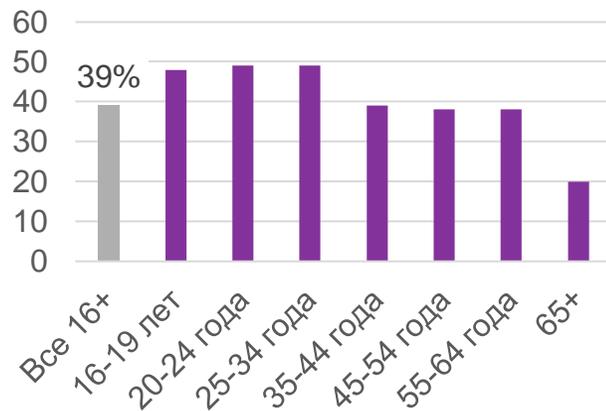
Интернет-магазины



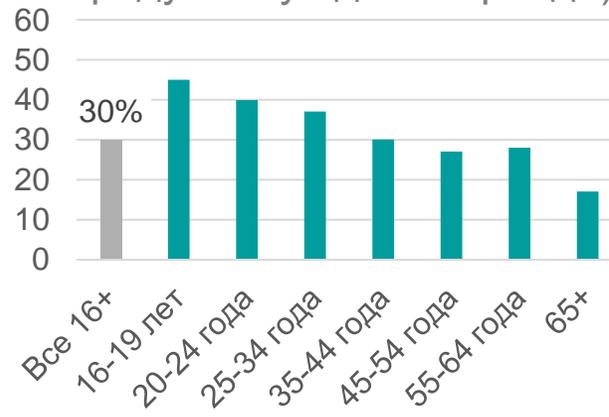
Офлайновые супермаркеты



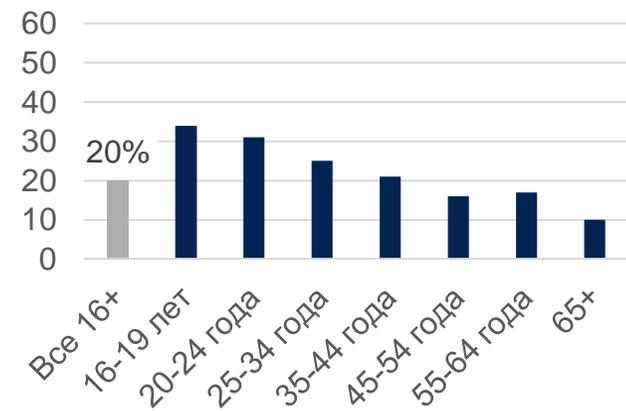
Онлайн-маркетплейсы



Экосистемы (покупка разнородных продуктов у одного бренда)

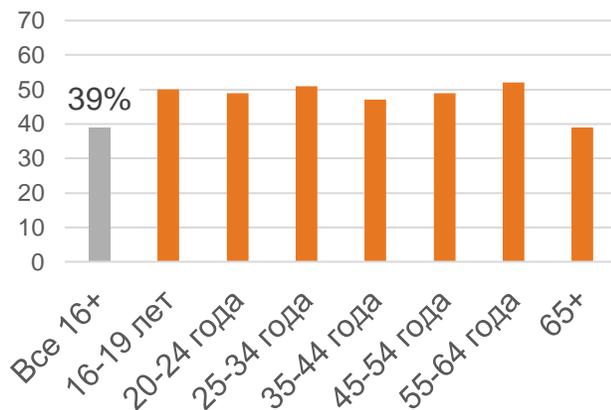


Социальные маркетплейсы (покупки в соцсетях)

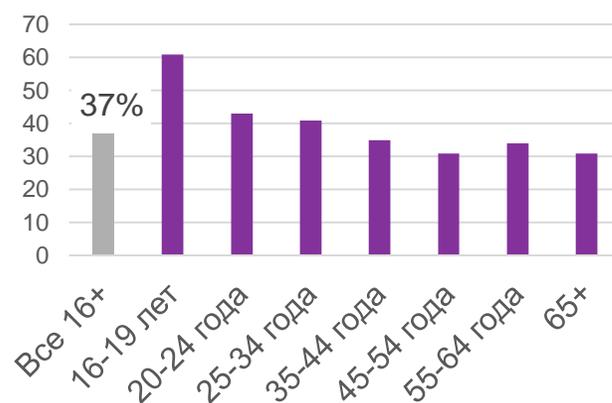


ДОВЕРИЕ К ОТРАСЛЯМ. РАЗНЫЕ КАТЕГОРИИ

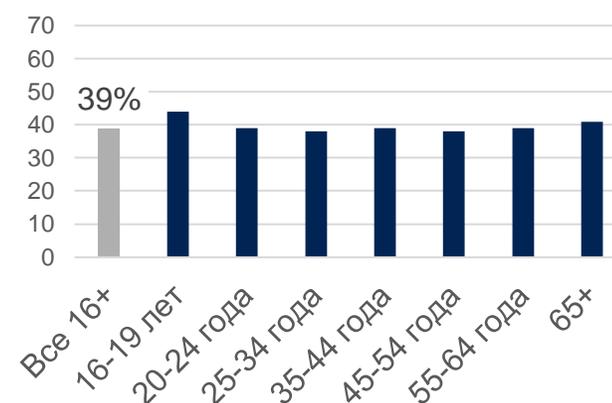
Производители продуктов питания



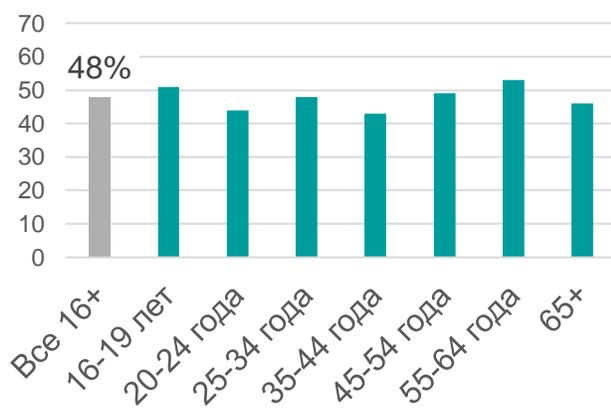
Банки



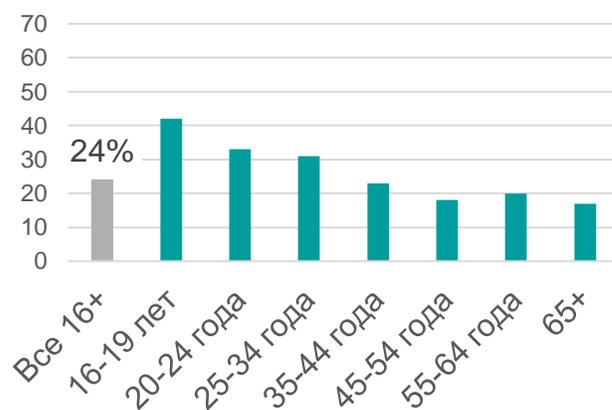
Операторы сотовой связи



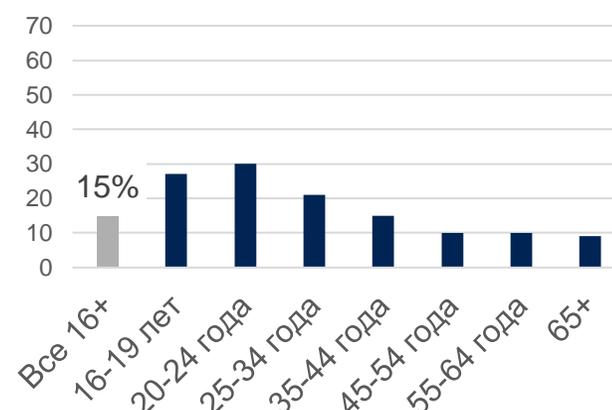
Производители бытовой техники



Страховые компании

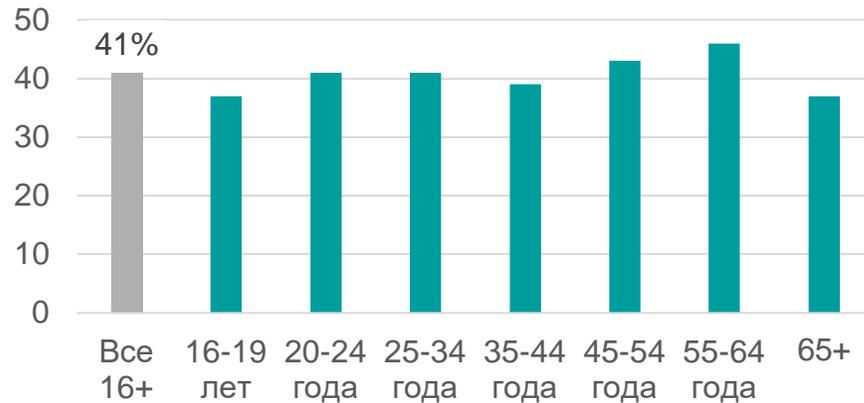


Метавселенные

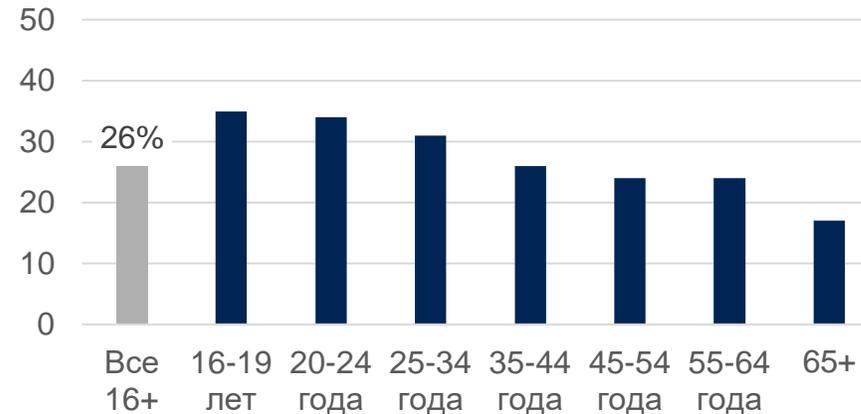


ДОВЕРИЕ К ОТРАСЛЯМ. АВТОРЫНОК

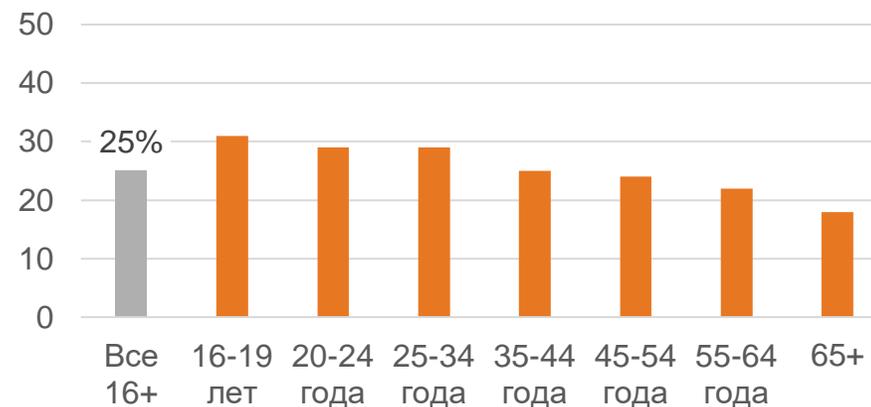
Производители автомобилей



Сервисы аренды автомобилей онлайн



Автомобильные дилеры или автосервисы



ОБ ИССЛЕДОВАНИИ РОСИНДЕКС

– самое широкомасштабное исследование стиля жизни и потребления товаров и услуг в России. Позволяет решать комплекс задач стратегического маркетинга:

- Поиск, выделение и описание целевых групп;
- Сегментационные исследования;
- Подбор релевантных каналов коммуникации, медиапланирование;
- Оценка размера и объема рынков;
- Анализ динамики развития рынков;
- Описание структуры рынков;
- Конкурентный анализ;
- Анализ товарно-марочного портфеля.

Методология

Целевая группа: Все 16+

Метод: Самозаполнение онлайн анкет об индивидуальном потреблении, отношении к средствам массовой информации и стиле жизни, 50% опрошенных заполняют анкеты и о семейном потреблении.

География: Исследование проводится в городах России с населением более 100 тыс. человек

Периодичность: Ежеквартально (февраль, май, август, ноябрь)

Годовой объем выборки: 20 000 респондентов. В каждой волне исследования участвуют новые респонденты.

Генеральная совокупность: 61,3 млн. человек

#IpsosBeSure

www.ipsos.ru

trends.ipsos.ru

sustainability.ipsos.ru



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia