



Аналитика перемен

О молодежи в цифрах

Андрей Милехин

Президент Ромир, основатель М-Холдинг

Доктор социологических наук, кандидат психологических наук

Профессор МГУ им.Ломоносова и МГМСУ им.Евдокимова



Подготовлено для

ПМЭФ'22
ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ



18 июня 2022

Вызовы современного мира



Глобализация информации

Информация не только стерла границы, но и теперь есть у каждого возможность высказаться. При этом, идет экономическая регионализация и политическая локализация.

Два «золотых» миллиарда

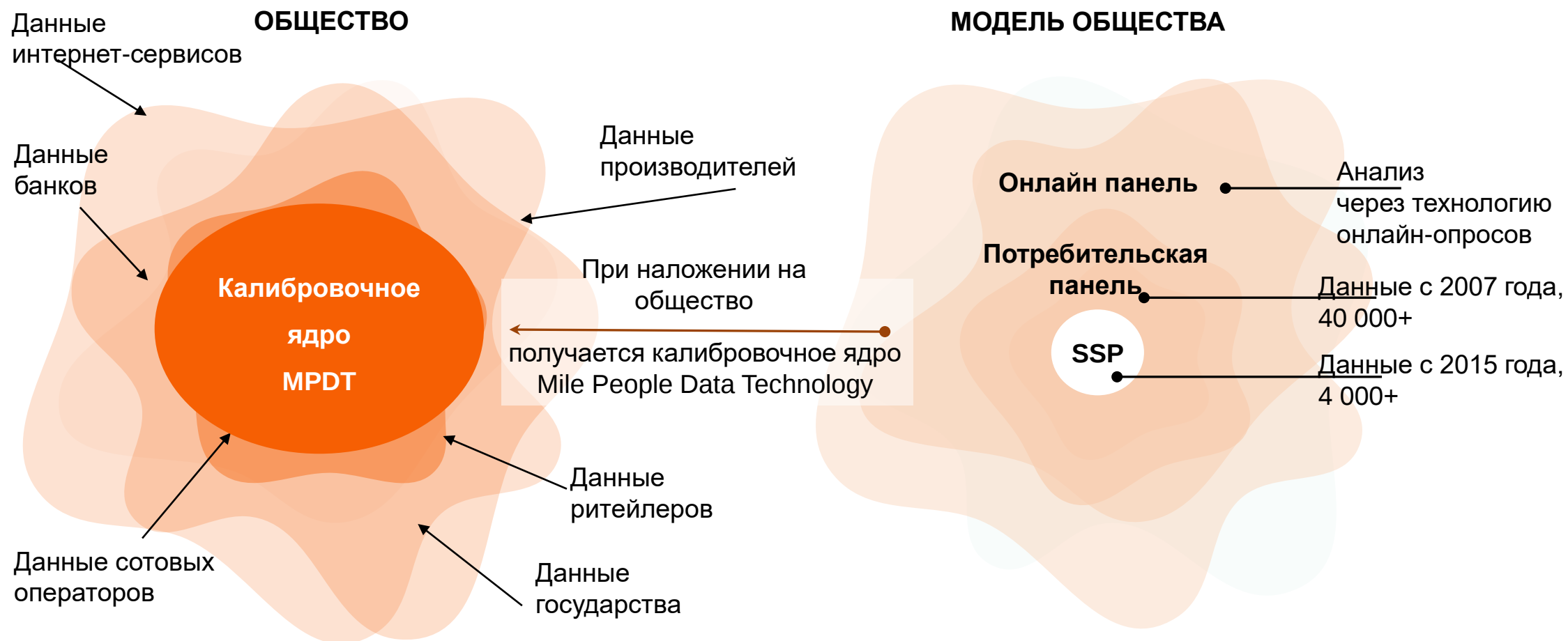
Большая часть населения Земли может не бороться за поддержание гомеостаза. Но, возникла проблема рационального потребления, расслоение в мире нарастает.

Новая структура общества

Впервые в истории мы имеем четыре социально активных поколения и отсутствие поколенческого конфликта.

Человекоцентричный подход

Измерение по технологии MPDT (MILE PEOPLE DATA TECHNOLOGY) обеспечивает постоянный цикл обогащения, верификации и глубокого анализа данных о человеческом поведении в онлайн и оффлайн средах для создания персонализированных коммуникаций и прогнозирования.



Покупательское поведение: поколенческие привычки

Поколение	Возраст	Доля населения	Покупательское поведение
Поколение цифровое	2000 – ...	23%	• Фокус на нишевые марки • Готовы переплатить за уникальный/интересный товар • Важна новизна во всем • Гедонисты в потреблении
Поколение перелома	1986 – 1999	27%	• Тренд экономии • Не готовы отказываться от бренда • Экономят за счет промо предложений • Основные держатели карт лояльности • Готовы переплачивать за натуральность
Поколение застоя	1966 – 1985	22%	• Тренд экономии • Не готовы отказываться от бренда • Экономят за счет промо предложений • Эти поколения – основные держатели карт лояльности
Поколение оттепели	1946 – 1965	23%	• Тренд экономии • Избегают незапланированных покупок • В товаре важна функциональность • Предпочитают свои привычные марки • Фокус на СТМ

Источник: Ромир 2022, Рейтинг доверия



Отличия в покупательском поведении

Кошелек покупателя

Категории	До 24	25-35
Продовольственные товары	34%	45%
Непродовольственные товары	45%	40%
Рестораны и кафе	5%	5%
Услуги	16%	11%

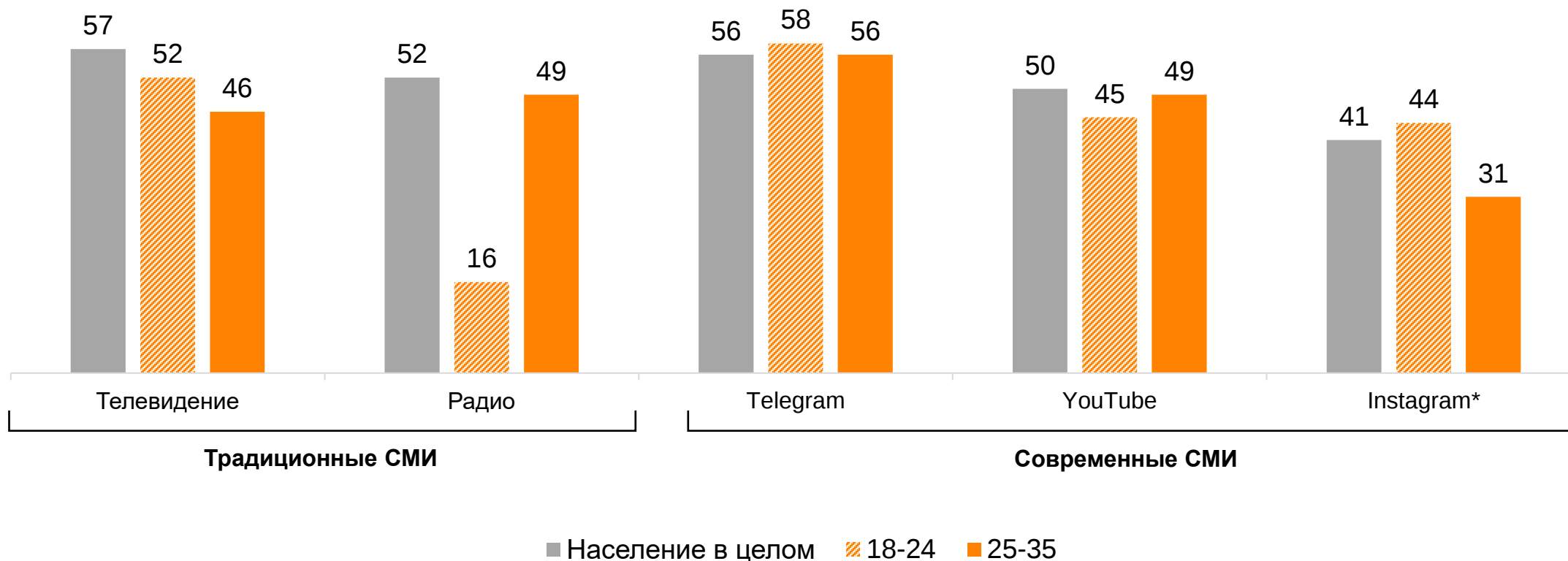
Тратят в магазинах больше, чем население в целом



Источник: Единая Панель данных Ромир 2022



Доверие источникам информации



Источник: М-Пульс 2022

Какими источниками Вы пользуетесь для получения информации о текущей экономической и политической ситуации в стране и мире?

Какой источник для получения информации Вы могли бы назвать основным для себя?

Насколько Вы доверяете или не доверяете информации в данных источниках информации?

*Признан экстремистской организацией и запрещен на территории РФ

Актуальные приложения

Среднедневной охват, %

СОЦСЕТИ		
	ВКонтакте	31,1
	Telegram	27,9
	YouTube	20,0
	Instagram*	17,3
	TikTok	15,7

E-COM		
	Avito	11,0
	OZON.ru	10,4
	Wildberries	8,4

НОВЫЕ		
	ЯRUS	+2100%
	TenChat	+957%
	Rutube	+336%
	Yappy	+250%

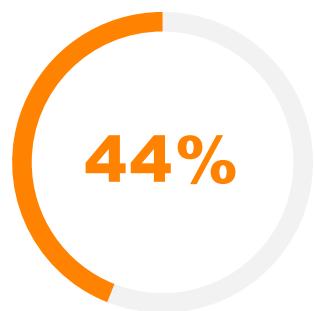
Прирост к
предыдущему
периоду

Значимо больше среднедневной охват 18-35 vs все россияне

*Признаны экстремистскими организациями и запрещены на территории РФ

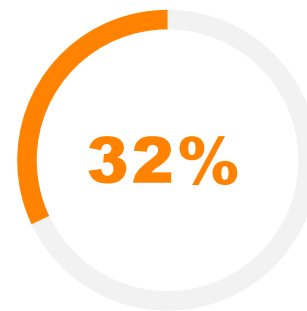
Источник: Единая Панель данных Ромир Россия 100+ Период: Февраль-Май 2022 г.

Здоровый образ жизни молодежи



ЗОЖ «по течению»

Люди, которые соблюдают ЗОЖ чаще в ситуациях, когда им это удобно.



Стремятся к ЗОЖу

Люди, которые активны пытаются соблюдать здоровый образ жизни и взять его в привычку.

Молодежь 18-35 – 100%

Источник: Единая Панель данных Ромир 2022



Способы борьбы со стрессом



Потребительская уверенность

**Молодежь настроена
позитивнее
и смотрит увереннее
в будущее**

-6

Население в целом

+2

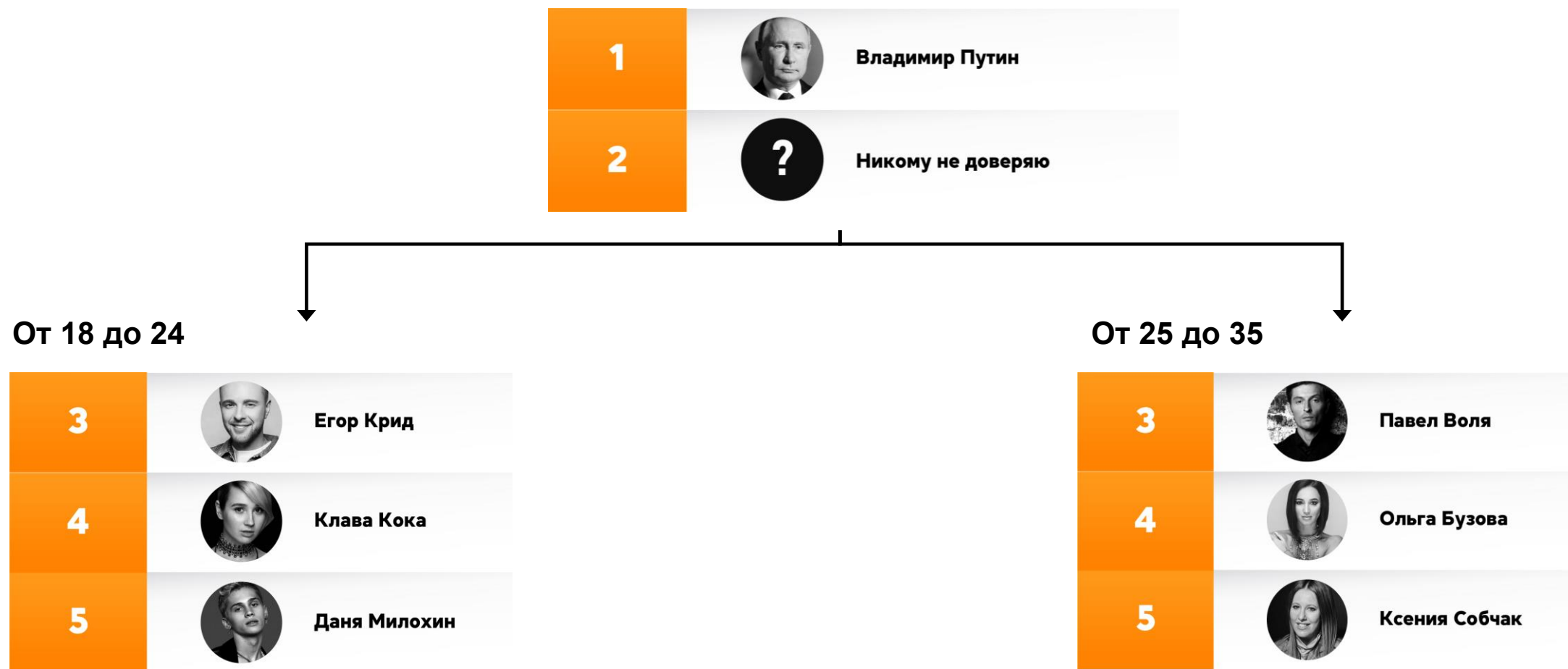
От 18 до 35 лет

Источник: М-Пульс 2022

Скажите, пожалуйста, как бы вы охарактеризовали текущую экономическую ситуацию в нашей стране?

Как, по-вашему, изменится экономическая ситуация в стране в ближайшие 6 месяцев?

Вакуум доверия



Ключевые ценности

Россияне в целом



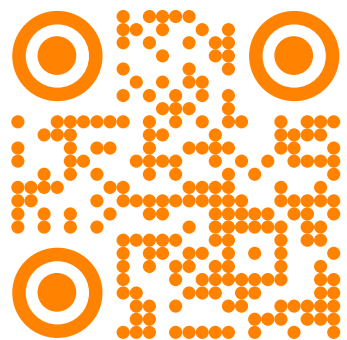
Россияне от 18 до 35 лет



Источник: Ромир 2022, Ценности и деловая репутация (GRI DNA)



Romir
■■■



СПАСИБО!

Telegram-канал

Ромир.

Цифровая социальная психология

