

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): май — июнь 2024 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 3. С. 164—178.

For citation:

Public Opinion Poll (VCIOM): May — June 2024. (2024) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 164–178.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: МАЙ — ИЮНЬ 2024

Результаты ежедневных опросов «ВЦИОМ-Спутник». Метод опроса — телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1600 респондентов в возрасте от 18 лет. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Максимальный размер ошибки с вероятностью 95 % не превышает 2,5%. Помимо ошибки выборки, смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.

СОДЕРЖАНИЕ ДАЙДЖЕСТА

ПОЛИТИКА

БРИКС: НА ПУТИ К НОВОМУ МИРОПОРЯДКУ165

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

СКОЛЬКО НУЖНО ДЕТЕЙ ДЛЯ СЧАСТЬЯ?167

ЭМИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ: МОНИТОРИНГ170

КВАРТИРА, АВТОМОБИЛЬ И БИЗНЕС172

ОБРАЗ ЖИЗНИ

ПОШЛИ В МУЗЕЙ?174

АВТОТУРИЗМ — 2024177

ПОЛИТИКА**БРИКС: НА ПУТИ К НОВОМУ МИРОПОРЯДКУ165****БРИКС: НА ПУТИ К НОВОМУ МИРОПОРЯДКУ***19—21 мая 2024 г.*

БРИКС — межгосударственное объединение Бразилии, России, Индии, Китая и Южно-Африканской Республики, основанное в 2006 г. В этом году к БРИКС присоединился еще ряд стран: Египет, Иран, Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия и Эфиопия. С 1 января 2024 г. председательство в БРИКС перешло к нашей стране, а в октябре в Казани состоится главное событие — саммит глав государств.

Осведомленность наших сограждан о БРИКС за эти годы выросла с 85 % в 2015 г. до 97 % в текущем замере. Кроме того, с 2015 г. россияне стали заметно чаще говорить о сильном влиянии группы БРИКС на ситуацию в мире: сегодня так думает большинство (57 %, +19 п. п. к 2015 г.). Доля россиян, оценивающих влияние как слабое, не изменилась (2015, 2024 гг. — по 29%). То есть за девять лет БРИКС не только стал более заметным в российском информационном пространстве, но и укрепил свой авторитет в обществе.

Молодежь 18—34 лет несколько чаще говорит о слабом влиянии БРИКС на ситуацию в мире — 33—34 %, с возрастом укрепляется мнение о БРИКС как о значимом мировом игроке (61—63 % в группе старше 45 лет).

Ключевым направлением сотрудничества, представляющим первоочередной интерес для нашей страны, по мнению россиян, является финансово-экономическое сотрудничество — углубление экономических и торговых связей (44 %) и создание единого валютно-финансового рынка (37 %). Страны БРИКС — важные торговые партнеры России, поэтому развитие взаимной торговли и инвестиционного сотрудничества позволяет диверсифицировать экономические связи и компенсировать потери от разрыва отношений с Западом.

Чем старше россияне, тем чаще они говорят о создании единого валютно-финансового рынка (21 % среди 18—24-летних и 46 % в группе 60 лет и старше).

Каждый третий россиянин (32 %) отметил важность сотрудничества с БРИКС в сфере совместного решения вопросов международной безопасности и военно-технического сотрудничества. Это говорит о важности данной повестки для российского общества. Примечательно, что женщины выбирали такой вариант чаще мужчин (37 % vs. 27 %): вероятно, тема безопасности волнует их сильнее. С возрастом интерес россиян к сотрудничеству в этом направлении усиливается (11 % среди 18—24-летних и 41 % в группе старше 60 лет).

В меньшей степени актуальной наши сограждане находят кооперацию России и БРИКС в борьбе с международным терроризмом (18 %), реализации научно-технологических проектов (17 %) и в сфере энергетических рынков (16 %). Еще 5 % указали на упрощение визовых режимов.

Вместе с тем анализ ответов в разрезе возрастных групп показывает, что для молодых россиян эти направления видятся скорее перспективными. Так, среди

респондентов в возрасте 18—24 лет 35 % считают важным сотрудничество в реализации научно-технологических проектов, в то время как в группе старше 60 лет таких только 12 %. Аналогичная тенденция прослеживается и в отношении сферы энергетики (23 % среди 18—24-летних vs. 12 % в группе старше 60 лет). Молодежь также в большей степени заинтересована в упрощении визовых режимов в рамках БРИКС (13 % среди 18—24-летних vs. 2 % в группе старше 60 лет).

Рис. 1. Оцените, пожалуйста, влияние на ситуацию в мире группы БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южная Африка, ОАЭ, Египет, Эфиопия, Иран, Саудовская Аравия) (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

СКОЛЬКО НУЖНО ДЕТЕЙ ДЛЯ СЧАСТЬЯ?	167
ЭМИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ: МОНИТОРИНГ	170
КВАРТИРА, АВТОМОБИЛЬ И БИЗНЕС	172

СКОЛЬКО НУЖНО ДЕТЕЙ ДЛЯ СЧАСТЬЯ?

24 мая 2024 г.

ВЦИОМ выяснил, что среди россиян сохраняется ориентация на двух- (38 %) и трехдетную (39 %) семью — именно такое количество детей должно быть в семье по мнению наших сограждан. Десять лет назад ситуация была иной, в большей степени россияне тогда ориентировались на рождение двух детей (53 %) и реже — трех (28 %). С 2014 г. заметно сократилась доля тех, кто считает достаточным рождение одного ребенка (2014 г. — 10 %, 2024 г. — 3 %). Можно сделать вывод, что в российском обществе наблюдается сдвиг в сторону усиления ориентации на многодетность (2014 г. — три и более детей — 34 %, 2024 г. — 48 %). Однако модель многодетной семьи в большей степени присуща россиянам среднего и старшего возраста (реформенное поколение, поколение застоя и оттепели — 54—61 %). Чем моложе россияне, тем чаще они говорят о двух детях как идеальном варианте (зумеры, миллениалы — 41—42 %). Каждый десятый зумер ориентирован на одного ребенка (9 %), а каждый пятый — на бездетную семью (22 %).

Мужчины чаще женщин считают идеальной семьей, где воспитываются трое и более детей (55 % vs. 43 %), тогда как женщинам ближе идея семьи с двумя детьми (41 % vs. 34 %). Женщины, как правило, несут большую нагрузку по уходу за детьми и их воспитанию, поэтому они могут быть более сдержаны в оценках идеального числа детей.

В значительной степени на представления об идеальном количестве детей в семье влияет родительский опыт. Чем больше у человека детей, тем чаще он считает идеальной многодетную семью: среди россиян с тремя детьми так думают 77 %, это почти в два раза больше в сравнении с теми, кто воспитывает одного ребенка (40 %), и почти в три раза выше в сравнении с теми, у кого нет детей (28 %). В то же время 17 % бездетных россиян отмечают необязательное наличие детей в семье.

Чаще многодетную модель семьи поддерживают также жители села (55 % vs. 48 % среди всех россиян), активные телезрители (55 %) и жители Северо-Кавказского федерального округа (65 %).

Материальное положение влияет на представления об идеальном количестве детей нелинейно: и наиболее обеспеченные россияне, и россияне с плохим материальным положением чаще граждан со средними доходами ориентированы на многодетность (52 %, 54 % и 44 % соответственно). Россияне «среднего» достатка чаще предпочитают двоих детей в семье (42 % vs. 32—34 % в группе с высокими и низкими доходами).

Существует множество причин, по которым люди решаются завести ребенка. Главная из них, по мнению россиян, — реализация традиционных семейных функ-

ций — 91% ответов (предназначение брака — 56%, ради своего будущего, помощи в старости — 18%, заложено природой, традициями общества — 10%, передать культурное и духовное наследие — 7%). За десять лет этот мотив рождения детей заметно укрепился в российском обществе, в 2014 г. он набирал 34% ответов, в 2018 г. — 79%.

Вторая по значимости причина стать родителем — реализация смысло-жизненных целей — 35% ответов (счастье — 19%, обретение смысла — 14%, самореализация — 2%). С 2014 г. этот мотив стал звучать чаще (27%). Иными словами, родительство воспринимается не только как социальная обязанность, но и как способ самоактуализации и обретения жизненного смысла.

Заводить детей ради целей всего общества — эта группа ответов набирает 15% (улучшить демографию — 9%, ради будущего страны — 6%), за десять лет данный мотив заметно утратил свою актуальность (2014 г. — 36%).

Рис. 1. По Вашему мнению, в идеале сколько детей должно быть в семье? Если Вы считаете, что в семье необязательно должны быть дети, то так и скажите об этом? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Существует ряд факторов, которые влияют на снижение мотивации к родителству. Россияне убеждены, что чаще всего отказ от рождения детей кроется в личностных причинах — 75% ответов (дети мешают свободе — 23%, слишком большая ответственность — 15%, не хотят детей — 13%, лень — 9%, ориентация на карьеру — 7%, нежелание вступать в брак — 6%, не любят детей — 2%). Эта группа ответов в 2014 г. набирала в два раза меньше — 37%, в 2018 — 64%.

Часть россиян полагают, что стать родителями людям мешает нехватка материальных или иных ресурсов — 37% ответов (недостаточно денег — 26%, отсутствие собственного жилья — 5%, сложное состояние экономики — 4%, дети требуют слишком много сил — 2%). Этот мотив сегодня звучит чаще, чем в 2014 г. (18%), но реже, чем в 2018 г. (43%).

В 28% случаев ответы касались такого ограничительного фактора, как проблемы со здоровьем (плохое здоровье — 17%, невозможность иметь детей — 11%), в предыдущие замеры россияне реже говорили об этой проблеме (2014 г. — 19%, 2018 г. — 13%). Социальные, средовые факторы набирают 14% ответов (нет уверенности в будущем, трудные времена — по 5%, западная пропаганда, чайлдфри — 4%).

ЭМИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ: МОНИТОРИНГ

15 июня 2024 г.

Уехать за границу на постоянное место жительства сегодня хотели бы только 5% россиян, тогда как абсолютное большинство опрошенных (93%) скорее исключают для себя такой вариант событий. За все время наблюдений процент миграционно настроенных граждан находился в диапазоне от 5% до 17%, показатели последнего года самые низкие. Начиная с 2022 г. желание россиян остаться в России постепенно укреплялось (2021 г. — 81%, 2022 г., март — 88%). Одновременно с этим снижалась и доля тех, кто допускает отъезд за границу, с 2022 г. она сократилась в два раза (2022 г., март — 10%, 2024 г., июнь — 5%). Важно понимать, что исследования фиксируют не фактическую готовность населения переехать в другую страну, а миграционные настроения.

Анализ всего временного ряда позволяет выделить несколько периодов миграционных настроений.

1. Начало 1990-х годов (1991 год) — 16%. Этот период характеризовался глубокими политическими и экономическими трансформациями в стране после распада СССР, когда «железный занавес» рухнул и многие россияне устремились к новым возможностям и большей свободе за рубежом.

2. Снижение эмиграционных настроений в 2000-х — первой половине 2010-х (2011—2018) до 10—13%. Этот период был отмечен стабилизацией ситуации в России, экономическим ростом и повышением уровня жизни, что сдерживало желание граждан эмигрировать.

3. Рост эмиграционных настроений в 2019—2021 гг. до 16—17%. Этот период связан с нарастанием политической напряженности, ухудшением экономической ситуации, санкциями, пандемией, на этом фоне отмечался небольшой рост миграционных намерений граждан.

4. Снижение эмиграционных настроений в 2022—2024 гг. до 5—10%. Этот период связан с началом проведения специальной военной операции, обострением отношений с Западом и укреплением государственного суверенитета, а также государственной поддержкой экономики, бизнеса и многих сфер общества. Сокращение доли желающих выехать за рубеж на постоянное место жительства в этот период может быть обусловлено консолидацией российского общества, постепенной адаптацией к новым реалиям, а также связью с ограничениями выезда за границу.

В целом динамика эмиграционных настроений отражает реакцию российского общества на политические, экономические и социальные изменения в стране. Периоды роста связаны с кризисными явлениями, а снижение — с некоторой стабилизацией ситуации.

Чем моложе россияне, тем чаще они допускают для себя возможность переезда за границу (11% зумеров и младших миллениалов vs. 0—2% среди россиян старшего возраста).

Граждане с плохим материальным положением в два раза чаще, чем наиболее обеспеченные россияне, говорят о желании покинуть Россию (10% и 5% соответственно).

Абсолютное большинство россиян не только сами хотят жить в России, они желали бы этого и для своих детей (84 %). За десять лет такая позиция укрепилась (2014 г. — 72 %). Еще 2 % хотели бы дать возможность своим детям пожить в СССР, другие страны не набирают больше 1 %.

Тот факт, что опросы фиксируют не столько планы на переезд, сколько миграционные настроения, подтверждается следующими данными: половина декларирующих готовность к переезду (45 %) пока не думали о том, когда примерно могли бы осуществить его. Этот вариант во все замеры набирает большинство ответов (39—51 %). Еще 21 % не знают, когда смогут переехать, хотя и думали об этом. Только 12 % отметили, что намерены реализовать свои планы уже в ближайшие год-два.

Основными драйверами миграционных настроений выступают экономическая ситуация в стране (37 % от числа настроенных на отъезд) и недовольство внутренней политикой России, работой правительства (35 %). Остальные варианты звучат в ответах заметно реже: климат (11 %), лучшее образование, поиск новой жизни (по 10 %), отсутствие стабильности, СВО и возможная мобилизация (по 9 %), недовольство социальной политикой (7 %) и прочее.

Рис. 2. Хотели бы Вы уехать за границу на постоянное жительство или нет? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Примечание. До 2017 г. опросы проводились методом поквартирных face-to-face интервью (проект «Экспресс»), выборка стратифицированная многоступенчатая с квотами по социально-демографическим параметрам, репрезентирует население РФ 18 лет и старше по типу населенного пункта, полу, возрасту, образованию и федеральному округу. Объем выборки составляет 1600 респондентов.

КВАРТИРА, АВТОМОБИЛЬ И БИЗНЕС

21 июня 2024 г.

В ходе июньского опроса ВЦИОМ семь из десяти россиян ответили, что планируют свою жизнь (72%), в том числе 24% ограничиваются краткосрочным горизонтом планирования — на ближайшую неделю (10%) или месяц вперед (14%), примерно столько же, 26%, строят среднесрочные планы — на год вперед. Планирование «вдолгую» — на пять и десять лет вперед, характерно для 12% и 10% соответственно. Совсем не строят планов на жизнь 25%, или каждый четвертый.

«Игра на длинную дистанцию» — прерогатива молодых. Планы на жизнь, по собственным оценкам, строит абсолютное большинство молодых людей в возрасте 18—35 лет — 85% (vs. 66% среди «остальных»), не строят только 13%, это вдвое меньше в сравнении с россиянами 36+ лет (29%). Чаще других молодежи свойственны как краткосрочный, так и средне- и долгосрочный горизонты планирования: на месяц (19% vs. 12% среди остальных), на год (31% vs. 24%) и на пять лет вперед (16% vs. 10%).

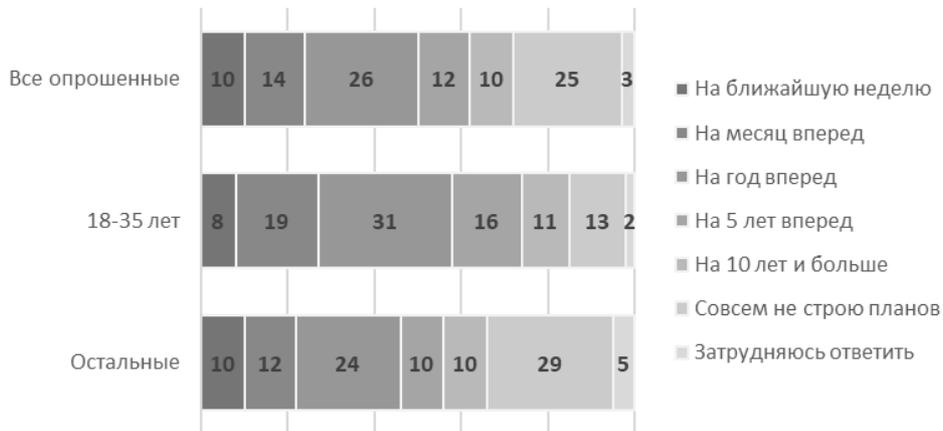
Согласно полученным данным, две трети россиян успели обзавестись собственным жильем (66%), одновременно с этим такая цель видится россиянам самой желанной — свою квартиру/дом в ближайшие десять лет хотели бы приобрести трое из десяти опрошенных (29%). Более половины россиян создали семью и стали родителями (57% и 56% соответственно), еще 16% и 21% хотели бы это сделать в обозримом будущем. Собственный автомобиль есть у 44% наших сограждан, стать автовладельцами хотели бы 26%. Реже всего из пяти тестируемых жизненных целей россиян привлекает свое дело: только каждый седьмой назвал себя бизнесменом (14%), еще 24% желают им стать.

Молодые люди 18—24 лет, относительно недавно вступившие во взрослую жизнь, в большинстве своем пока только декларируют желание достичь вышеуказанных целей в ближайшие десять лет. Наиболее актуально для них приобретение собственного жилья (хотят осуществить 73%), следом идут покупка автомобиля (64%) и создание семьи (вступление в брак, появление ребенка — по 52%). Другими словами, первостепенное для молодежи — закрыть базовые материальные потребности, а впоследствии — создавать новую ячейку общества. В вопросе открытия собственного бизнеса 18—24-летние солидарны с «соседним» молодежным поколением: доля желающих иметь свое дело в обеих группах составляет 43%.

Что касается 25—34-летних россиян, то многим из них уже удалось чего-то добиться в жизни: в частности, вступить в брак (55% vs. 16% среди 18—24-летних), стать родителями (35% vs. 3%), обзавестись собственным жильем (47% vs. 24%) и автомобилем (39% vs. 19%).

Россияне, имеющие те или иные амбиции, в большинстве своем верят в свои силы: восемь из десяти опрошенных полагают, что в ближайшие десять лет им скорее удастся создать семью и завести ребенка/детей (по 78%, здесь и далее — от числа тех, кто хочет осуществить конкретную цель). Три четверти желающих пополнить ряды автовладельцев верят, что смогут это сделать (76%). Сложнее обстоит ситуация с масштабными целями, требующими серьезных финансовых затрат: с покупкой жилья («скорее удастся» — 68%) и открытием собственного бизнеса (60%).

Рис. 3. Хотели бы Вы уехать за границу на постоянное жительство или нет?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



ОБРАЗ ЖИЗНИ

ПОШЛИ В МУЗЕЙ?	174
АВТОТУРИЗМ — 2024	177

ПОШЛИ В МУЗЕЙ?

15 июня 2024 г.

Россияне достаточно активно посещают музеи, каждый второй (48%) был там в течение последних пары лет, в том числе 17% совсем недавно — в течение последних нескольких месяцев. С 2018 г. показатель остается на уровне 44—48%, тогда как в более ранний период наблюдений (с 2008 г.) он был заметно ниже — 23—38%. Четверо из десяти (40%) бывали в музее несколько лет назад, каждый десятый (10%) никогда не был.

Россиянин, посещавший музеи в последние пару лет, — это скорее женщина (53% vs. 43% мужчин), совсем юная (67% среди зумеров) или довольно молодого возраста (55—60% в группе миллениалов), с высшим или неполным высшим образованием (63%), с хорошим материальным положением (55%), проживающая в одной из столиц (73%) или крупном городе (миллионники — 56%, города с численностью 500—950 тыс. человек — 59%), активный интернет-пользователь (60%).

Россиянин, посещавший музеи несколько лет назад, — это скорее мужчина (46% vs. 35% среди женщин), старшего возраста (48—55% среди поколения застоя и оттепели), с неполным средним (46%) или средним специальным (48%) образованием, с плохим материальным положением (45%), житель села (45%), активный телезритель (52%).

Россиянин, никогда не бывавший в музее, — это в равной степени мужчина и женщина (9% и 10% соответственно), чаще это младшие миллениалы (14%), с неполным средним или полным средним образованием (35% и 22% соответственно), житель села (19%), предпочитающий интернету телевидение (21%).

Чаще всего музеи посещают представители городской, образованной, обеспеченной и молодой аудитории, активной в цифровом пространстве.

За последние 15 лет больше россиян стали выражать интерес к музеям. Две трети (66%) отметили, что хотели бы чаще посещать музеи, если бы у них была такая возможность, в 2009 г. так говорили 53% (+13 п. п.). Одновременно с этим более чем в два раза снизилась доля тех, у кого нет желания ходить в музеи (2009 г. — 35%, 2024 г. — 14%), и вырос процент тех, кто ходит в музеи достаточно часто (2009 г. — 3%, 2024 г. — 11%).

ВЦИОМ выяснил, что наиболее привлекательными для наших сограждан оказались музеи исторические (63%). В топ-3 вошли также художественные (44%) и краеведческие (35%). Около трети посетили бы и естественнонаучные музеи (30%). А вот литературные музеи пользуются меньшим спросом (13%), в этом году в списке оказалась еще одна музейная тематика — военно-патриотическая (2%), этот вариант респонденты предлагали сами в варианте ответа «Другое». С 2018 г. рейтинг не претерпевал значительных изменений, можно отметить, что

в последний год увеличился интерес россиян к естественнонаучным музеям (+6 п. п. к 2023 г.).

Исторические музеи одинаково интересны как мужчинам (63%), так и женщинам (62%), реже зумерам (50%), но чаще младшим миллениалам (69%). Их чаще предпочитают граждане с неполным высшим и высшим образованием (65%), жители села и городов с численностью населения 500—950 тыс. человек (по 68%), а также проживающие в Северо-Кавказском (68%), Сибирском (67%) и Дальневосточном (71%) федеральных округах.

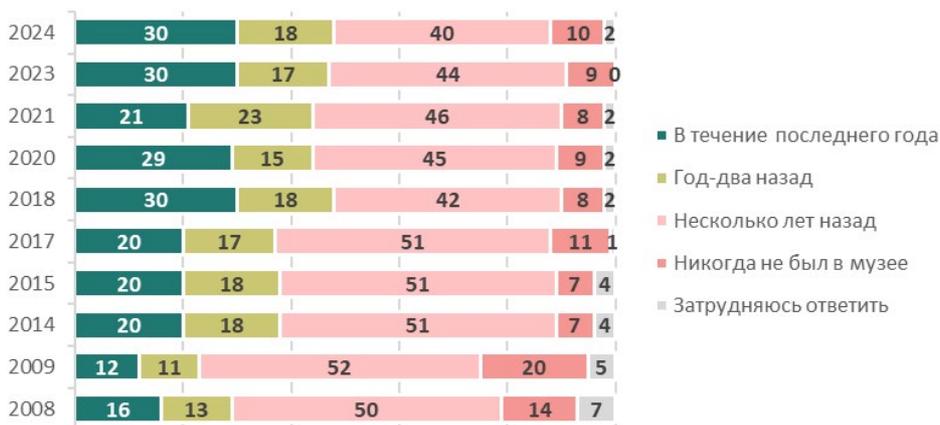
Художественные музеи скорее интересуют женщин (55% vs. 31% среди мужчин), зумеров (50%), аудиторию в высшем образовании (54%), столичных жителей (59%) и жителей крупных городов (500—950 тыс. человек — 52%), а также тех, кто предпочитает интернет (48%).

Среди посетителей краеведческих музеев выше вероятность увидеть женщин (41%), а не мужчин (28%), россиян старшего возраста (41—45% среди поколения застоя и оттепели), с плохим материальным положением (40%), жителей городов с численностью населения 500—950 тыс. человек (42%), проживающих в Дальневосточном округе (47%), а также активных телезрителей (40%).

Технические музеи в три раза чаще интересуют мужчин (49% vs. 16% женщин), миллениалов (40—45%), с высшим и неполным высшим образованием (35%), хорошим материальным положением (36%), проживающих в городах-миллионниках (41%), активно использующих интернет (35%).

Естественнонаучные музеи представляют больший интерес для женщин (34% vs. 25% среди мужчин), в основном молодого возраста (34—41% среди зумеров и миллениалов), с высшим или неполным высшим образованием (36%), столичных жителей (40%), а также активных интернет-пользователей (39%).

Рис. 1. Когда в последний раз Вы были в музее?
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



Наконец, литературные музеи чаще привлекают женщин (18% vs. 7%), граждан старшего возраста (26% среди поколения оттепели), скорее проживающих

в Москве или Санкт-Петербурге (17%), а также жителей Северо-Кавказского федерального округа (20%) и тех, кто не смотрит телевизор и не пользуется интернетом (23%).

Развитие музейного дела в России сопровождается ростом удовлетворенностью их оснащением. Абсолютное большинство посетителей довольны тем, как все обустроено в музеях (85%), с 2018 г. показатель растет (2018 г.— 79%). В большей степени удовлетворены оснащением музеев жители крупных городов (Москва, Санкт-Петербург — 91%, города-миллионники — 88%, города с численностью населения 500—950 тыс. человек — 88%), в селах и небольших населенных пунктах (до 100 тыс. чел.) процент довольных несколько ниже (82—84%), но все равно остается высоким.

АВТОТУРИЗМ — 2024

24 июня 2024 г.

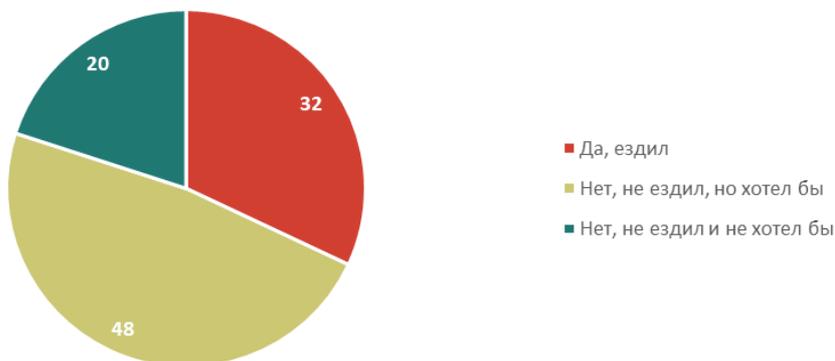
Согласно опросу ВЦИОМ, туристические поездки по стране на своем или арендованном автомобиле в течение последнего года совершали треть россиян (32%). В подавляющем большинстве случаев это были мини-поездки продолжительностью не больше недели (81% от числа автопутешественников): около половины ездили на один-три дня (51%), еще 30% на четыре-семь дней. Оставшиеся 19% отважились на более длительные поездки. Что касается дальности поездок, то 45% путешествовали по России в радиусе 500 км от дома (45%), дальше уезжали более половины опрошенных, имеющих опыт автопутешествий (55%).

Типичный россиянин, имеющий недавний опыт путешествий на автомобиле: скорее мужчина (39%), 25—44 лет (25—34 лет — 44%, 35—44 лет — 45%), с высшим или полным высшим образованием (41%) и хорошим материальным положением (43%), проживающий в одной из столиц или городе-миллионнике (40% и 43% соответственно) и работающий в коммерческой организации (43%). Наряду с Центральным и Северо-Западными федеральными округами (38% и 31% соответственно) автопутешественников привлекает Южный ФО (38%), что, вероятно, обусловлено близостью морских курортов. Как будет показано далее, Крым и Краснодарский край входят в тройку наиболее востребованных туристических направлений.

Интерес к автотуризму декларирует каждый второй россиянин («не ездил, но хотел бы» — 48%), что косвенно свидетельствует о высоком потенциале подобного формата путешествий в нашей стране. У каждого пятого опрошенного отсутствует не только опыт такого отдыха, но и желание его приобрести (20%).

О желании отправиться в туристическую поездку на авто чаще говорят женщины (не ездили, но хотели бы — 52%), россияне 45—59 лет (53%), со средним специальным образованием (54%) и плохим материальным положением (60%), а также жители сельской местности (55%).

Рис. 2. Скажите, в течение последнего года Вы, сами или в компании, ездили или нет на своем или арендованном автомобиле, посещая новые места, города по России? Если нет, то хотели бы поехать или нет? (закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



В тройку наиболее предпочтительных туристических направлений вошли Южный, Северо-Западный и Сибирский федеральные округа (29%, 23% и 21% от числа реальных и потенциальных автопутешественников). В частности, чаще всего этим летом опрошенные хотели бы отправиться на автомобиле в Краснодарский край (16%), в Республику Алтай / Алтайский край (14%), в Крым (10%) и в Санкт-Петербург (9%).

Жители Центрального федерального округа чаще других хотели бы съездить в соседний Северо-Западный федеральный округ (32%), жители Северо-Кавказского ФО — в Южный (38%), а уральцы — посетить Сибирь (30%). Наибольшую «оседлость» демонстрируют жители Сибирского и Приволжского федеральных округов, которые чаще других отдали бы предпочтение поездке внутри своего региона (49% и 28% соответственно).