

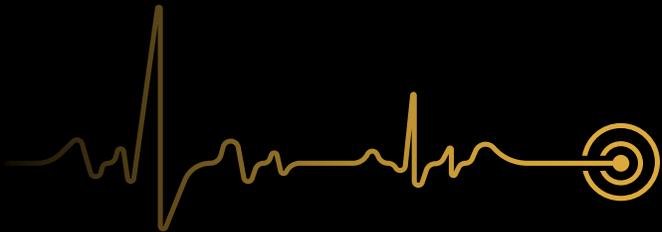


Яков и Партнёры × **РОМИР**

Новое российское общество: динамика настроений граждан

Июнь 2024 г.

Профиль исследования Consumer Pulse



Яков и Партнёры × РОМИР

В мае 2024 г. консалтинговая компания «Яков и Партнёры» совместно с исследовательским холдингом РОМИР провели обширный социологический опрос на базе Лонгитюдной системы РОМИР¹, чтобы **исследовать настроения российских потребителей и изменение их привычек в контексте турбулентности прошедшего 2023 года**

По итогам опроса выполнен углубленный **анализ по поколениям, доходам и геостратам**

~2 700

Респондентов по всей России, различающихся по целому ряду социально-демографических характеристик

- Регион
- Возраст (и поколение)
- Уровень доходов
- Пол
- Образование
- Тип занятости
- Семейное положение
- Состав семьи

9

Разделов с вопросами, структурированными по **ключевым потребительским «линзам»**

- Факторы благосостояния
- Работа
- Семья
- Малые города
- Сбережения и кредиты
- Изменения в ценах и тратах
- Замещение брендов
- Любимый бренд
- Искусственный интеллект

1. социально-измерительная система, основанная на непрерывном сборе данных о поведении одной группы лиц, представляющей репрезентативное население страны. Демонстрирует модель общества в динамическом развитии с учетом всех его особенностей и сегментаций по социально-демографическим характеристикам, стилю жизни, ценностям и другим критериям

Раздел 2.

Рынок труда

Настроения на рынке труда

Россияне уверенно чувствуют себя на рынке труда и не опасаются увольнений

Только **3%** респондентов попали под сокращение в прошлом году, всего **4%** ожидают принудительного увольнения в следующем году

У большей части россиян (**60%**) количество рабочего времени по сравнению с прошлым годом не изменилось

Россияне более активны и мобильны на рынке труда, чем граждане других стран¹: **39%** россиян не видят себя на текущем месте работы в ближайший год, в то время как среднемировой показатель¹ составляет лишь **28%**

Мотиваторы на рынке труда

Три главные причины для смены работы: увеличение зарплаты (**26%**), получение удовольствия от работы (**18%**), гибкий график и формат работы (**15%**)

Изменения на рынке труда

55% респондентов не предпринимали никаких усилий для совершенствования своих профессиональных навыков за последний год

2/3 россиян не заметили появления новых возможностей для профессионального роста и развития с 2019 г.

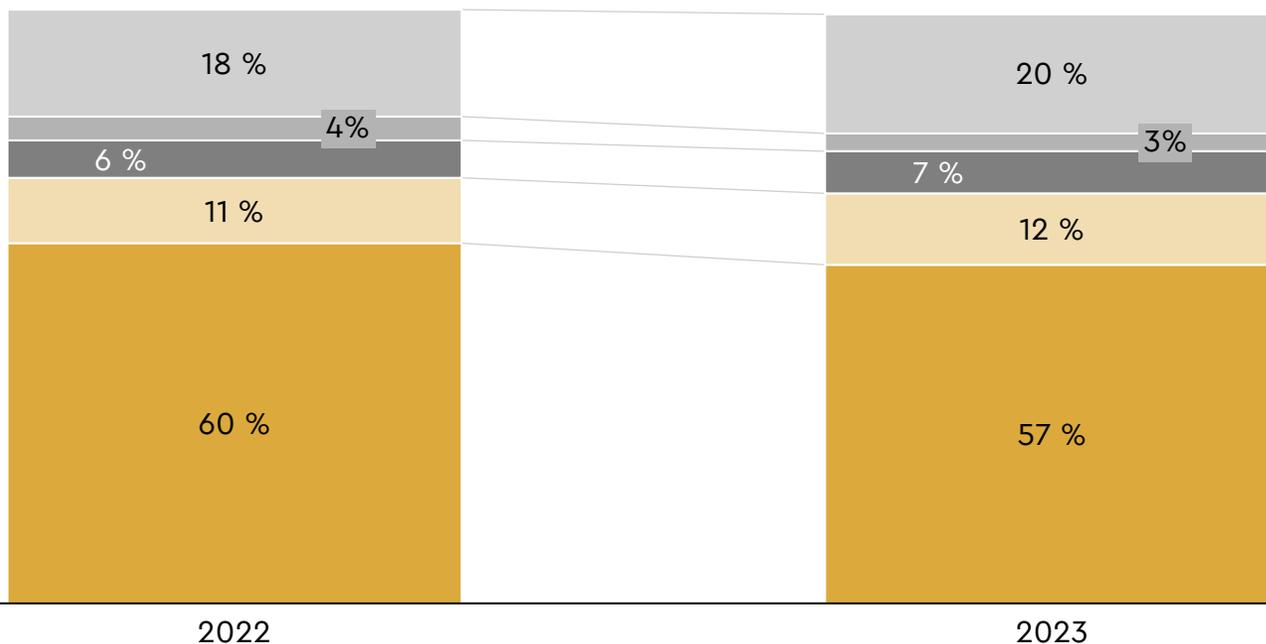
При этом среди тех респондентов, которые предпринимали какие-либо действия для совершенствования своих трудовых компетенций, доля участников, отметивших появление новых возможностей на рынке труда, составила **51%**, а среди тех, кто не прилагал усилий, – всего **18%**

1. В выборку вошли США, Канада, Великобритания, Германия, Франция, Япония и Индия

Респонденты уверенно чувствуют себя на рынке труда вне зависимости от возраста, уровня дохода и места жительства

Изменения в занятости, имевшие место в прошедшем году, доля респондентов, %

- «Другой вариант» или «Затрудняюсь ответить»
- «Сменил(а) работу» или «Нахожусь в поиске работы (сокращение)»
- «Не работаю по собственному желанию или имею свой бизнес»
- «Сменил(а) работу» или «Нахожусь в поиске работы (добровольно)»
- «Работаю на прежнем месте»



Доля респондентов, сменивших работу или находящихся в поиске работы в связи с принудительным увольнением с прошлого места, по сравнению с прошлым годом уменьшилась с **4%** до **3%**

Только **4%** респондентов ожидают принудительного увольнения в следующем году; **12%** планируют сменить работу по собственному желанию

Большинство россиян уверенно ощущают себя на рынке труда вне зависимости от поколения, уровня дохода и места жительства

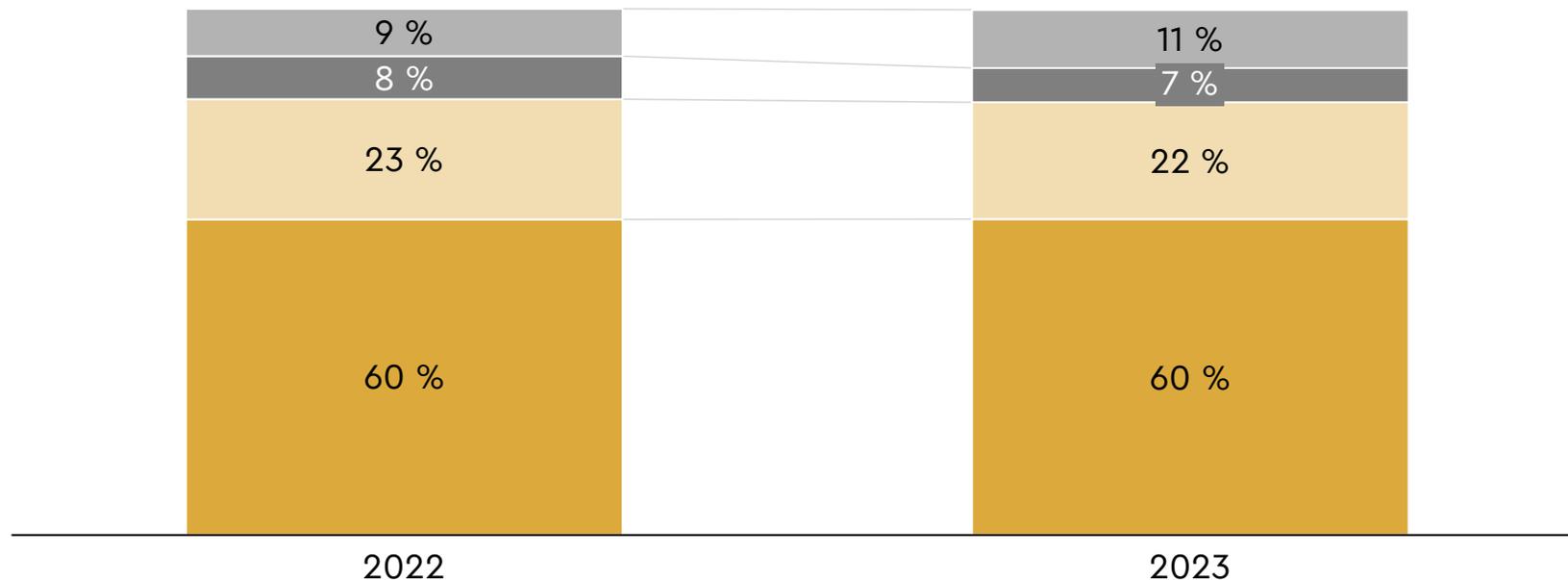
Вопрос: «Какие изменения в Вашей занятости произошли за прошедший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

У большей части респондентов количество рабочего времени не изменилось

Изменение рабочего времени за прошедший год, доля респондентов, %

- «Другой вариант» или «Затрудняюсь ответить»
- «Немного уменьшилось» или «Значительно уменьшилось»
- «Немного увеличилось» или «Значительно увеличилось»
- «Не изменилось»



Доля респондентов, указавших, что их рабочее время не изменилось, составила около **60%** и осталась на том же уровне, что и в прошлом году

Вопрос: «Как изменилось Ваше рабочее время за прошедший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Половина зумеров стала работать больше, а среди других поколений у большинства респондентов работы не прибавилось

Изменение рабочего времени за прошедший год, доля респондентов, %

| Показатель | Поколения ¹ | | | |
|--|------------------------|------------|-----|-------------------|
| | Z | Y | X | Старшее поколение |
| «Не изменилось» | 25% | 54% | 64% | 67% |
| «Немного увеличилось» или «Значительно увеличилось» | 50% | 24% | 21% | 16% |
| «Немного уменьшилось» или «Значительно уменьшилось» | 25% | 7% | 6% | 8% |
| «Другой вариант» или «Затрудняюсь ответить» | 0% | 15% | 9% | 9% |



Как и по результатам прошлогоднего опроса, наблюдается значительное увеличение количества рабочих часов у молодых людей (зумеров), что объясняется их выходом на рынок труда и получением первой работы

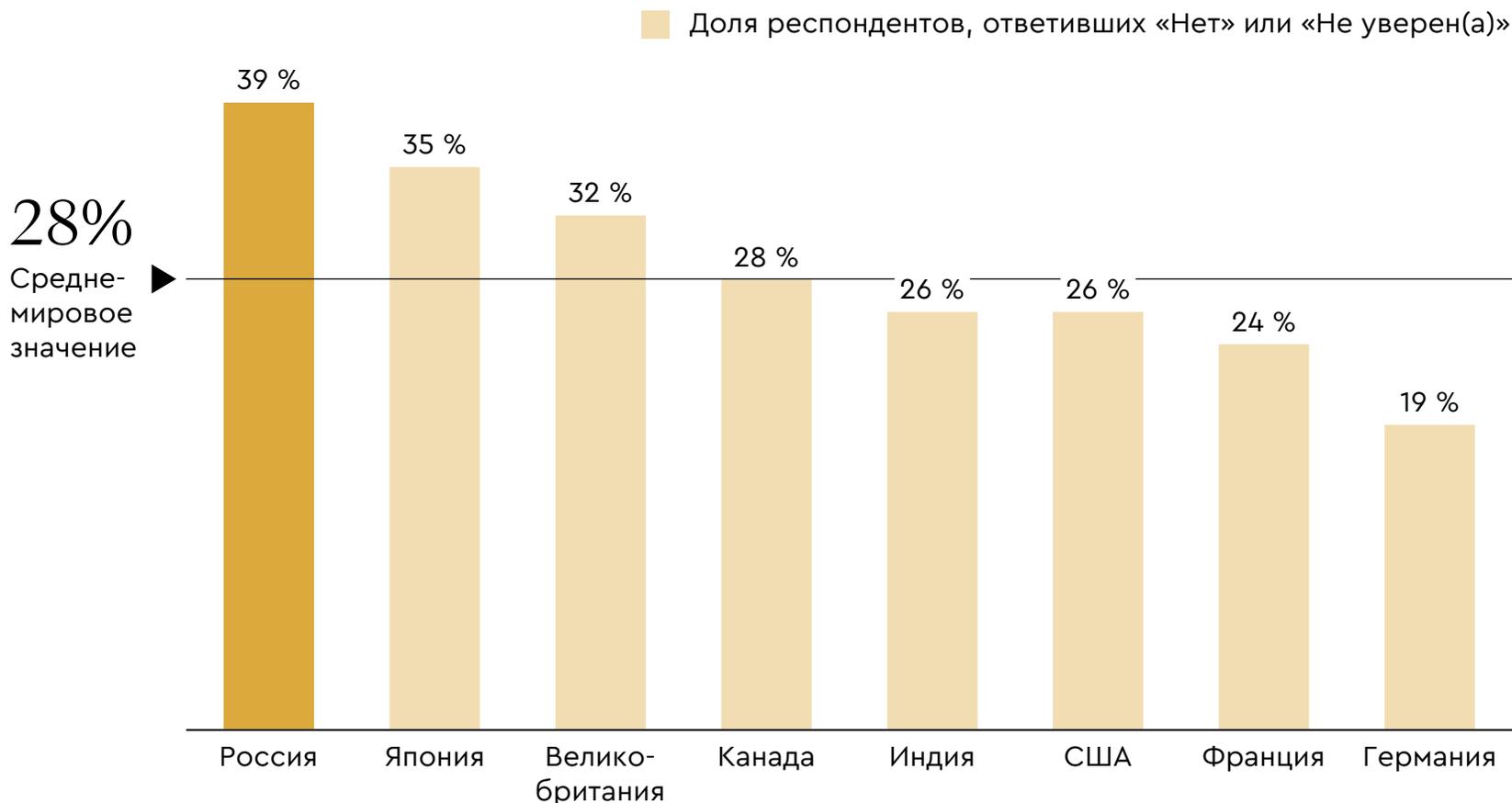
1. Поколение Z (зумеры) – 0–19 лет (в опросе – 18–19 лет); поколение Y – 20–37 лет; поколение X – 38–58 лет; старшее поколение – 59–78 лет (в опросе – до 64 лет)

Вопрос: «Как изменилось Ваше рабочее время за прошедший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Россияне более активны и мобильны на рынке труда, чем граждане других стран

«Видите ли Вы себя на текущем месте работы в ближайший год?»,
доля респондентов по странам, %



Доля респондентов, которые не видят себя на текущем месте работы в ближайший год или не уверены в этом, в России превышает аналогичный показатель во все странах, вошедших в выборку

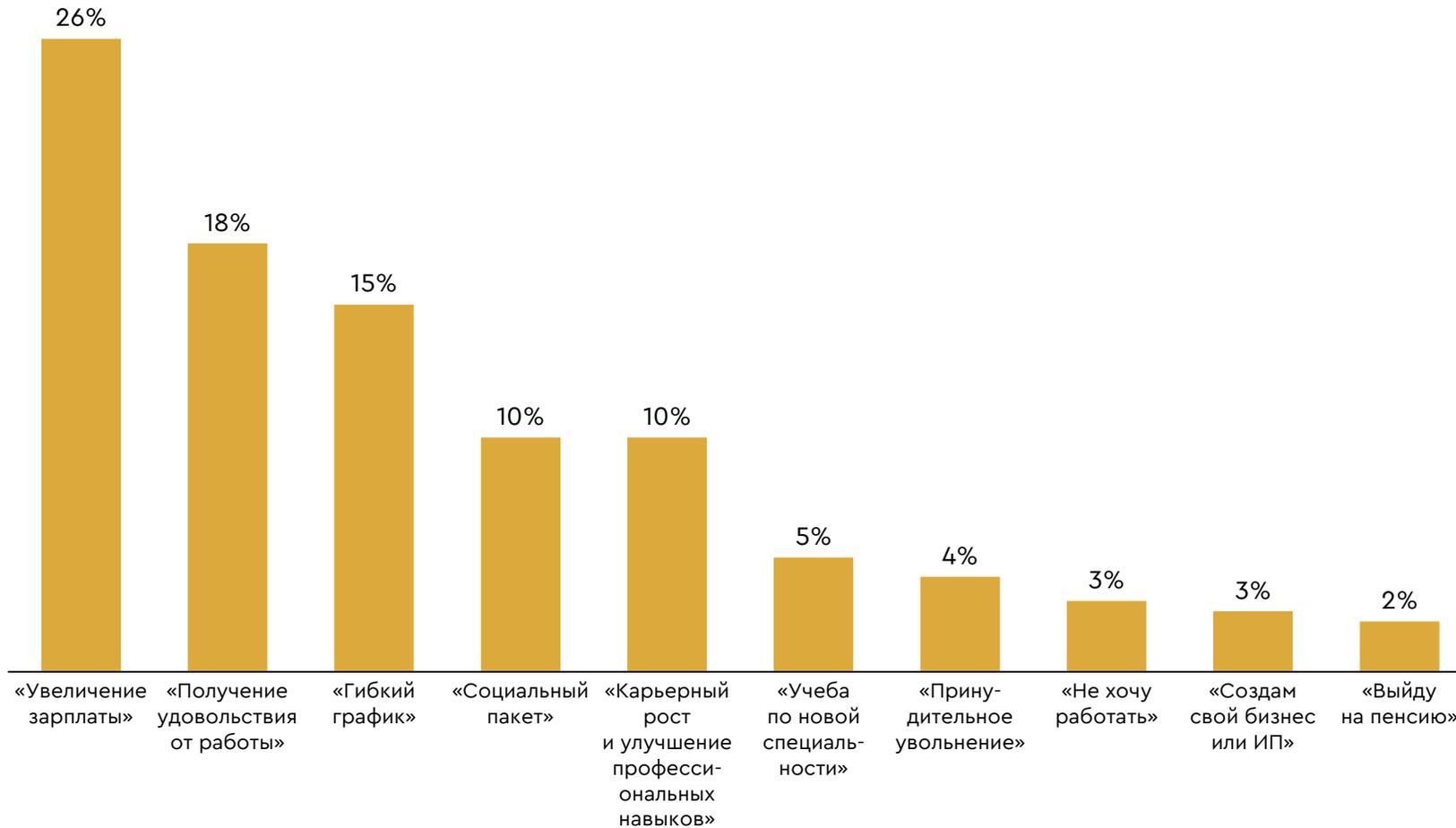
Учитывая, что увольнения в РФ ожидают лишь очень немногие респонденты, это означает, что россияне намного активнее интересуются возможностями на рынке труда и более мобильны

Вопрос: «Видите ли Вы себя на текущем месте работы в ближайший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Главные причины для смены работы связаны с желанием респондентов увеличить доход, самореализоваться и улучшить условия труда

Десять главных причин для смены работы в ближайший год, доля респондентов, %



Вопрос: «Почему Вы ожидаете смены работы в ближайший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Первые пять причин для смены места работы связаны с увеличением дохода, самореализацией и улучшением условий труда

Всего **3%** респондентов не хотят работать

3% респондентов хотят создать свой бизнес или ИП в ближайший год

Для зумеров главная причина сменить работу – учеба по новой специальности, а больше всего хотят создать свой собственный бизнес представители поколения Y

Десять главных причин для смены работы в ближайший год, доля респондентов по поколениям, %

| Причины для смены места работы  | Поколения ¹  | | | |
|--|--|------------|------------|-------------------|
| | Z | Y | X | Старшее поколение |
| «Увеличение зарплаты» | 9% | 32% | 30% | 7% |
| «Получение удовольствия от работы» | 9% | 23% | 23% | 7% |
| «Гибкий график» | 14% | 15% | 18% | 4% |
| «Социальный пакет» | 14% | 6% | 10% | 17% |
| «Карьерный рост и улучшение профессиональных навыков» | 14% | 13% | 10% | 1% |
| «Учеба по новой специальности» | 22% | 10% | 11% | 0% |
| «Принудительное увольнение» | 1% | 6% | 2% | 0% |
| «Не хочу работать» | 0% | 5% | 4% | 3% |
| «Создам свой бизнес или ИП» | 0% | 6% | 1% | 2% |
| «Выйду на пенсию» | 0% | 0% | 0% | 33% |

В отличие от других поколений, для зумеров главная причина сменить место работы – учеба по новой специальности (**22%**)

Среди всех поколений больше всего хотят создать собственный бизнес представители поколения Y (**6%** – уже в ближайший год)

Вслед за ними идут старшее поколение: лишь 2% из них желают открыть свой бизнес или ИП

Самое юное поколение респондентов пока не готово думать о собственном бизнесе

1. Поколение Z (зумеры) – 0–19 лет (в опросе – 18–19 лет); поколение Y – 20–37 лет; поколение X – 38–58 лет; старшее поколение – 59–78 лет (в опросе – до 64 лет)

Вопрос: «Почему Вы ожидаете смены работы в ближайший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Респонденты с высоким доходом при смене работы более активно, чем представители других групп, стремятся к карьерному росту и улучшению профессиональных навыков

Десять главных причин для смены работы в ближайший год, по уровню дохода, %

| Причины для смены места работы  | Уровень дохода ¹  | | |
|--|---|------------|------------|
| | Низкий | Средний | Высокий |
| «Увеличение зарплаты» | 25% | 24% | 35% |
| «Получение удовольствия от работы» | 15% | 18% | 24% |
| «Гибкий график» | 5% | 13% | 12% |
| «Социальный пакет» | 9% | 13% | 3% |
| «Карьерный рост и улучшение профессиональных навыков» | 8% | 10% | 29% |
| «Учеба по новой специальности» | 7% | 10% | 12% |
| «Принудительное увольнение» | 3% | 3% | 6% |
| «Не хочу работать» | 5% | 3% | 5% |
| «Создам свой бизнес или ИП» | 2% | 5% | 6% |
| «Выйду на пенсию» | 3% | 2% | 0% |

Карьерный рост и улучшение профессиональных навыков – одна из главных причин (**29%**) сменить место работы для респондентов с высоким доходом

Однако у респондентов с низким доходом карьерный рост не входит даже в число трех главных причин для смены работы

Респонденты с высоким доходом втрое чаще, чем участники с низким доходом, хотят открыть свой бизнес – **6%** собираются сделать это в ближайший год

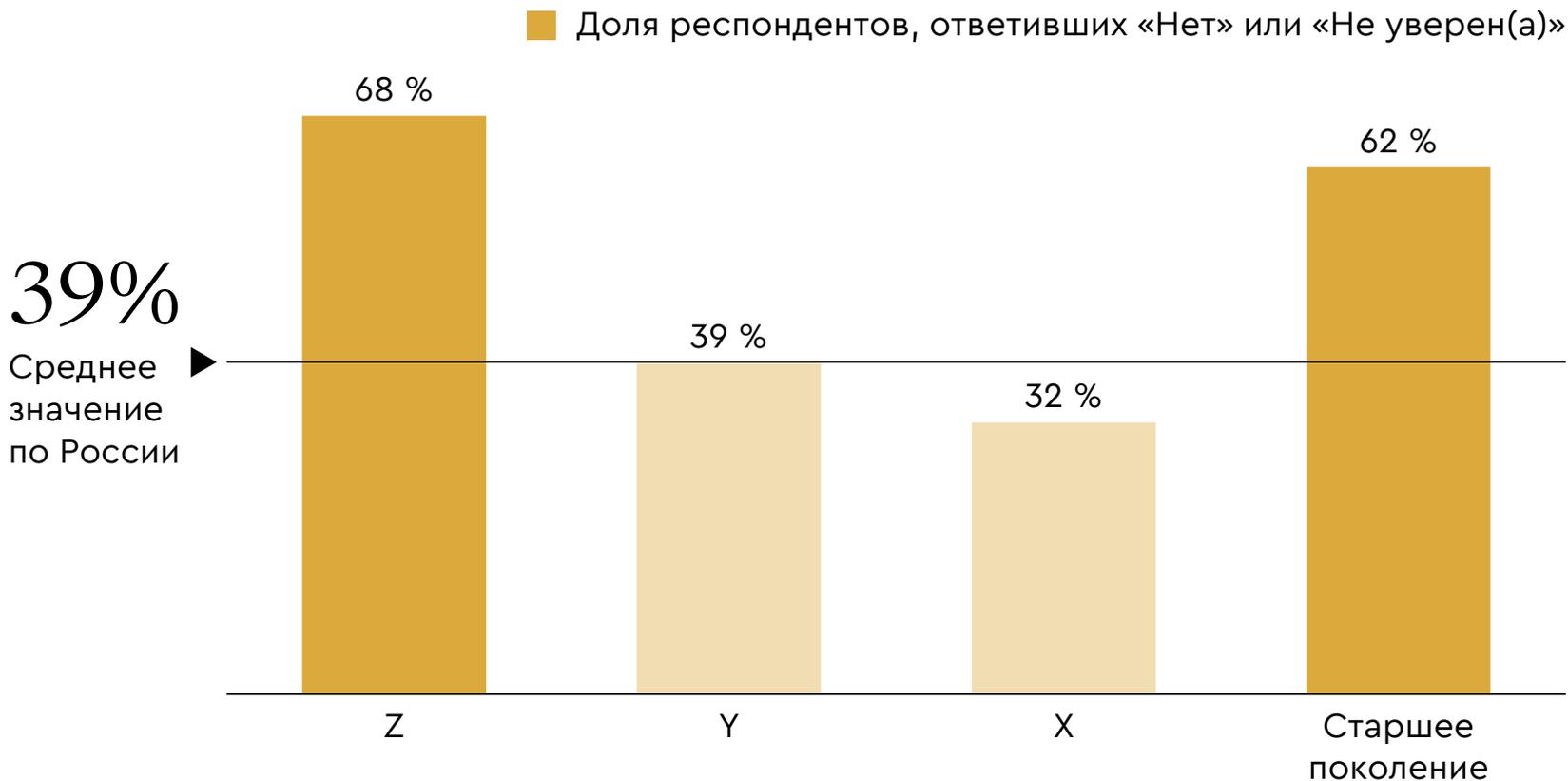
1. Низкий доход – 20 000 руб. и менее на одного члена семьи; средний доход – 20 001–80 000 руб.; высокий доход – от 80 001 руб.

Вопрос: «Почему Вы ожидаете смены работы в ближайший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Наиболее мобильны на рынке труда зумеры и старшее поколение

«Видите ли Вы себя на текущем месте работы в ближайший год?»,
доля респондентов по поколениям¹, %



Более половины зумеров и представителей старшего поколения не видят себя на текущем месте работы в ближайший год

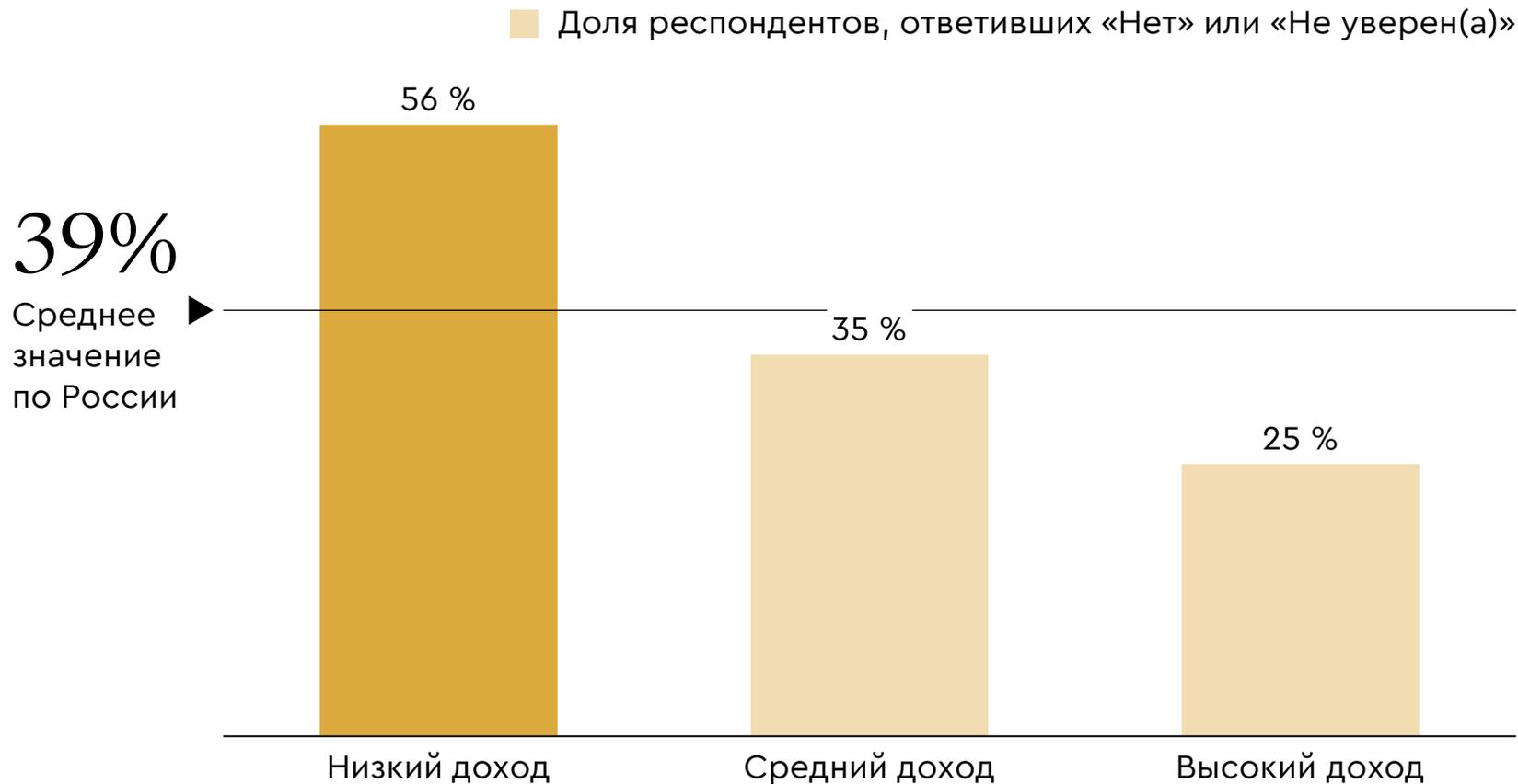
1. Поколение Z (зумеры) – 0–19 лет (в опросе – 18–19 лет); поколение Y – 20–37 лет; поколение X – 38–58 лет; старшее поколение – 59–78 лет (в опросе – до 64 лет)

Вопрос: «Видите ли Вы себя на текущем месте работы в ближайший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Более половины респондентов с низким доходом не видят себя на текущем месте работы через год

«Видите ли Вы себя на текущем месте работы в ближайший год?»,
доля респондентов по уровню дохода, %¹



Доля респондентов с низким доходом, которые не видят себя на текущем месте работы в ближайший год или не уверены в этом, составила **56%**, тогда как соответствующая доля респондентов с высоким доходом – всего **25%**

1. Низкий доход – 20 000 руб. и менее на одного члена семьи; средний доход – 20 001–80 000 руб.; высокий доход – от 80 001 руб.

Вопрос: «Видите ли Вы себя на текущем месте работы в ближайший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Особенно заметна мобильность в сфере туризма, подбора персонала, логистики и в банковском секторе – до 43% респондентов готовы сменить работу

«Видите ли Вы себя на текущем месте работы в ближайший год?», доля респондентов по индустриям, %



В отличие от России, в других странах¹ банковский сектор, страхование и финансовые услуги не входят в тройку отраслей с самой высокой текучестью персонала

Хотя в большинстве стран для госсектора характерны самая стабильная занятость и наиболее низкий уровень мобильности персонала, в России госсектор занимает лишь средние позиции по мобильности

1. В выборку вошли США, Канада, Великобритания, Германия, Франция, Япония и Индия

Вопрос: «Видите ли Вы себя на текущем месте работы в ближайший год?»

Источник: Срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Большинство респондентов не предпринимали никаких усилий для совершенствования своих профессиональных навыков

«Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?», доля респондентов, %



Лишь **45%** респондентов предпринимали какие-либо действия для совершенствования своих трудовых компетенций

Наиболее популярными способами улучшить свои трудовые компетенции у россиян стали онлайн-курсы и тренинги (**35%**) и обучение на рабочем месте (**34%**)

Вопрос: «Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?»

Источник: срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Меньше всего усилий для обучения предпринимали представители старшего поколения

«Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?», доля респондентов, %

| Виды обучения  | Поколения ¹  | | | |
|---|--|------------|------------|-------------------|
| | Z | Y | X | Старшее поколение |
| «Проходил(а) онлайн-курсы и тренинги» | 17% | 12% | 12% | 6% |
| «Обучался (обучалась) на рабочем месте» | 14% | 19% | 17% | 6% |
| «Читал(а) профессиональную и обучающую литературу» | 12% | 15% | 11% | 11% |
| «Проходил(а) очные курсы повышения квалификации» | 11% | 14% | 15% | 7% |
| «Посещал(а) конференции и семинары» | 7% | 7% | 5% | 5% |
| «Нет, не предпринимал(а) никаких усилий» или «Затрудняюсь ответить» | 54% | 52% | 51% | 74% |

В отличие от представителей поколений Y и X, которые предпочитали обучение на рабочем месте, зумеры проходили онлайн-курсы и тренинги **(17%)**

74% представителей старшего поколения не предпринимали никаких действий для совершенствования своих профессиональных навыков

1. Поколение Z (зумеры) – 0–19 лет (в опросе – 18–19 лет); поколение Y – 20–37 лет; поколение X – 38–58 лет; старшее поколение – 59–78 лет (в опросе – до 64 лет)

Вопрос: «Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?»

Источник: срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Респонденты с высоким доходом – единственная группа участников, в которой большинство предпринимало усилия для профессионального роста и развития

«Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?», доля респондентов, %

| Виды обучения  | Уровень дохода ¹  | | |
|---|---|------------|------------|
| | Низкий | Средний | Высокий |
| «Проходил(а) онлайн-курсы и тренинги» | 13% | 17% | 20% |
| «Обучался (обучалась) на рабочем месте» | 11% | 15% | 27% |
| «Читал(а) профессиональную и обучающую литературу» | 9% | 15% | 15% |
| «Проходил(а) очные курсы повышения квалификации» | 8% | 12% | 19% |
| «Посещал(а) конференции и семинары» | 2% | 7% | 10% |
| «Нет, не предпринимал(а) никаких усилий» или «Затрудняюсь ответить» | 68% | 52% | 41% |

Уровень усилий (мин-макс) 

Более **2/3** респондентов с низким доходом не предпринимали никаких усилий для обучения за последний год

Более половины россиян с высоким доходом проходили какое-либо обучение за прошлый год

1. Низкий доход – 20 000 руб. и менее на одного члена семьи; средний доход – 20 001–80 000 руб.; высокий доход – от 80 001 руб.

Вопрос: «Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?»

Источник: срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Большинство россиян не заметили появления новых возможностей для профессионального роста и развития

«Как изменились возможности для Вашего профессионального роста и развития по сравнению с 2019 годом (до пандемии COVID-19)?», доля респондентов, %



Только **33%** респондентов отметили появление новых возможностей на рынке труда

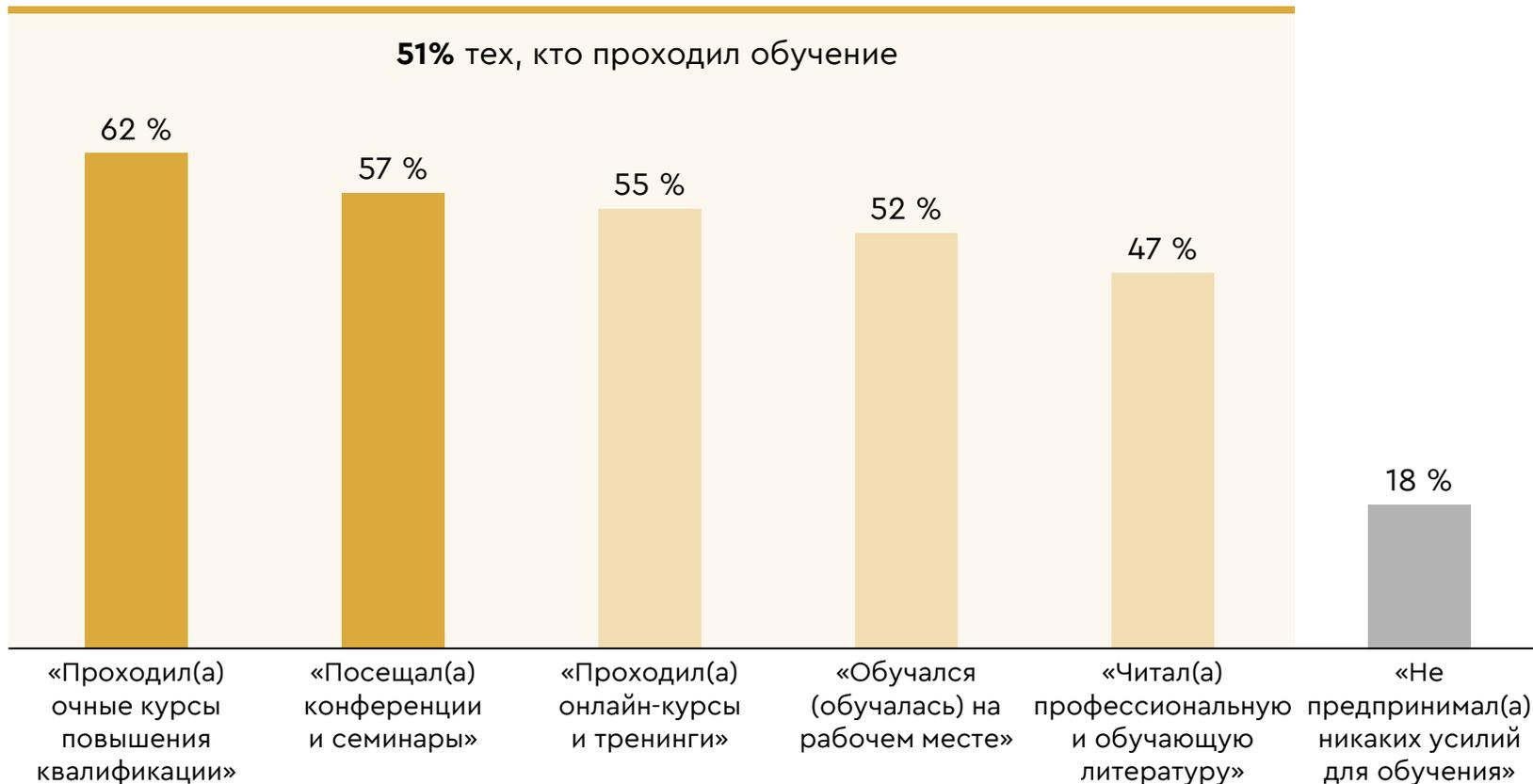
Больше всего россиян отметили появление возможности работать удаленно из любого места (**44%**)

Вопрос: «Как изменились возможности для Вашего профессионального роста и развития по сравнению с 2019 годом (до пандемии COVID-19)?»

Источник: срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Однако большая часть тех, кто предпринимал какие-либо действия для обучения и улучшения навыков, отметили возникновение новых возможностей на рынке труда

Доля респондентов, отметивших появление новых возможностей для профессионального роста и развития с 2019 г. по видам обучения, которые они проходили в прошлом году, %



Среди тех респондентов, которые предпринимали какие-либо действия для обучения, доля участников, отметивших появление новых возможностей, составила **51%**, тогда как среди тех, кто не прилагал усилий, – всего **18%**

Наибольшее количество новых возможностей отметили те респонденты, которые проходили наиболее трудоемкие виды обучения, а именно посещали очные курсы повышения квалификации (**62%**), а также конференции и семинары (**57%**)

Вопрос: «Как изменились возможности для Вашего профессионального роста и развития по сравнению с 2019 годом (до пандемии COVID-19)?»
Вопрос: «Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?»

Источник: срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Среди проходивших обучение наибольшее количество появившихся возможностей отмечают представители более молодых поколений – Z и Y

«Как изменились возможности для Вашего профессионального роста и развития по сравнению с 2019 годом (до пандемии COVID-19)?», доля респондентов, %

Только респонденты, предпринимавшие какие-либо усилия для развития своих профессиональных навыков



В отличие от остальных поколений, зумеры в первую очередь отмечают возникновение новых профессий и способов заработка (**33%**), а не появление возможности удаленной работы (**26%**)

В отличие от поколений Z и Y, большая часть представителей поколения X и старшего поколения не заметили появления новых возможностей даже при прохождении обучения

1. Поколение Z (зумеры) – 0–19 лет (в опросе – 18–19 лет); поколение Y – 20–37 лет; поколение X – 38–58 лет; старшее поколение – 59–78 лет (в опросе – до 64 лет)

Вопрос: «Как изменились возможности для Вашего профессионального роста и развития по сравнению с 2019 годом (до пандемии COVID-19)?»

Вопрос: «Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?»

Источник: срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Россияне с высоким уровнем дохода чаще всех проходили наиболее трудоемкие виды обучения

«Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?», доля респондентов, %

Только респонденты, предпринимавшие какие-либо усилия для развития своих профессиональных навыков



Большинство респондентов с низким доходом проходили онлайн курсы (**41%**) и обучались на рабочем месте (**34%**)

Россияне с высоким доходом чаще других проходили очные курсы повышения квалификации (**34%**), посещали конференции и семинары (**19%**)

1. Низкий доход – 20 000 руб. и менее на одного члена семьи; средний доход – 20 001–80 000 руб.; высокий доход – от 80 001 руб.

Вопрос: «Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?»

Источник: срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

При этом россияне с высоким доходом отметили наибольшее увеличение возможностей для своего профессионального развития благодаря обучению

«Как изменились возможности для Вашего профессионального роста и развития по сравнению с 2019 годом (до пандемии COVID-19)?», доля респондентов, %

Только респонденты, предпринимавшие какие-либо усилия для развития своих профессиональных навыков



Респонденты с высокими доходами, кроме появления возможности удаленной работы (**29%**), также отмечают возникновение новых профессий и способов заработка (**29%**)

В отличие от респондентов со средним и высоким доходом, большинство участников с низким доходом не отметили появления новых возможностей даже после прохождения обучения

1. Низкий доход – 20 000 руб. и менее на одного члена семьи; средний доход – 20 001–80 000 руб.; высокий доход – от 80 001 руб.

Вопрос: «Как изменились возможности для Вашего профессионального роста и развития по сравнению с 2019 годом (до пандемии COVID-19)?»

Вопрос: «Предпринимали ли Вы какие-либо усилия для развития и совершенствования ваших профессиональных навыков за последний год?»

Источник: срез потребительских настроений в РФ – совместное исследование компании «Яков и Партнёры» и холдинга РОМИР, май 2024 г.

Вся информация, содержащаяся в настоящем документе (далее также «Исследование», «Материалы Исследования»), предназначена только для информационных частных некоммерческих целей и не является профессиональной консультацией или рекомендацией. Ни информация, содержащаяся в Исследовании, ни ее использование любым лицом не создают договора, соглашения или отношений между компаниями «Яков и Партнёры» и РОМИР и любым лицом, получившим и рассматривающим Материалы Исследования и (или) любую информацию, содержащуюся в Исследовании. «Яков и Партнёры» и РОМИР оставляют за собой право вносить изменения в информацию, содержащуюся в Исследовании, однако не берут на себя обязательств по обновлению такой информации после даты, указанной в настоящем документе, несмотря на то что информация может стать устаревшей, неточной или неполной. «Яков и Партнёры» и РОМИР не дают обещаний или гарантий относительно точности, полноты, адекватности, своевременности или актуальности информации, содержащейся в Исследовании. «Яков и Партнёры» и РОМИР не проводили независимую проверку данных и предположений, использованных в Исследовании. Изменения в исходных данных или предположениях могут повлиять на анализ и выводы, представленные в Исследовании. «Яков и Партнёры» и РОМИР не предоставляют юридических, нормативных, бухгалтерских, финансовых, налоговых, регуляторных консультаций. Любое лицо, получившее и рассматривающее Материалы Исследования и (или) любую информацию, содержащуюся в Исследовании, несет ответственность за получение независимой консультации в вышеуказанных областях. Консультации в вышеуказанных областях могут повлиять на анализ и выводы, представленные в Исследовании. Ничто в Исследовании не подразумевает рекомендаций о совершении действий, которые могут приводить к нарушению любого применимого законодательства. «Яков и Партнёры» и РОМИР не предоставляют заключений о справедливости рыночных сделок или оценок таких сделок. На Материалы Исследования нельзя полагаться как на такие заключения или оценки, и их не следует толковать как таковые. Материалы Исследования могут содержать прогнозные данные (включая рыночные, финансовые, статистические данные, но не ограничиваясь ими), будущая реализация которых не является гарантированной. Вследствие этого такие прогнозные данные связаны с некоторым труднопредсказуемым риском и неопределенностью. Фактические будущие результаты и тенденции могут существенно отличаться от описанных в прогнозах вследствие целого ряда разных факторов. Если какое-либо лицо полагается на информацию, содержащуюся в Материалах Исследования, то оно делает это исключительно на свой собственный риск. Никакие гарантированные имущественные права не могут быть получены из любого вида информации, представленной в Исследовании. В максимальной степени, разрешенной законом (и за исключением случаев, когда иное согласовано с «Яков и Партнёры» и РОМИР в письменной форме), «Яков и Партнёры» и РОМИР не несут никакой ответственности за любой ущерб, который может быть причинен в любой форме любому лицу вследствие использования, неполноты, некорректности, неактуальности любой информации, содержащейся в Исследовании. Материалы Исследования – ни полностью, ни частично – нельзя распространять, копировать или передавать какому-либо лицу без предварительного письменного согласия «Яков и Партнёры» и РОМИР. Материалы Исследования являются неполными без сопроводительного комментария, и на них нельзя полагаться как на отдельный документ. Любое лицо, получившее и рассматривающее Материалы Исследования и (или) любую информацию, содержащуюся в Исследовании, настоящим отказывается от любых прав и требований, которые оно может иметь в любое время против «Яков и Партнёры» и РОМИР в отношении Исследования, содержащейся в Исследовании информации или других связанных с Исследованием материалов, выводов, рекомендаций, включая их точность и полноту. Названия продуктов, логотипы и товарные знаки компаний, указанные в настоящем документе, охраняются законом. Получение и рассмотрение настоящего документа считается согласием со всем вышеизложенным.

Новое российское общество: динамика настроений граждан

Команда «Яков и Партнёры», выпустившая материал:

Елена Кузнецова, директор института «Яков и Партнёры»

Родион Козин, аналитик «Яков и Партнёры»

Павел Егоров, руководитель направления исследований института «Яков и Партнёры»

Полина Гаврилова, дизайнер «Яков и Партнёры»

Сергей Кузнецов, выпускающий редактор «Яков и Партнёры»

Команда РОМИР, выпустившая материал:

Инна Караева, исполнительный директор РОМИР

Олег Милёхин, руководитель Лонгитюдной системы РОМИР

Маргарита Абрамкина, директор по работе с клиентами РОМИР

Сидорина Анастасия, директор по работе с клиентами РОМИР

Ильичёва Марина, руководитель группы по социологическим исследованиям РОМИР

«Яков и Партнёры» – международная консалтинговая компания со штаб-квартирой в Москве и представительствами в Дубае, Абу-Даби, Нью-Дели и Шанхае. Мы увлеченно работаем над задачами по стимулированию развития и трудимся плечом к плечу с лидерами различных отраслей промышленности и общественного сектора. Вместе с ними мы формируем поворотные моменты в истории отдельных компаний и общества в целом. Мы добиваемся устойчивых результатов, масштабы которых выходят далеко за пределы отдельных организаций.

РОМИР – один из крупнейших исследовательских холдингов в Евразии, ориентированный на всестороннее изучение современного человека при помощи инновационных методов и технологий, ключевой из которых является Лонгитюдная система РОМИР. С 1987 г. специализируется на масштабных маркетинговых, кросс-медийных, общественных и социально-экономических исследованиях.

© «Яков и Партнёры», 2024. Все права защищены.

© РОМИР, 2024. Все права защищены.

Связаться с авторами, запросить комментарии, а также уточнить ограничения по использованию и перепечатке материалов можно, направив запрос на адрес:

media@yakov.partners

pressa@romir.ru

Больше исследований, аналитики и публикаций – на сайте:

www.yakov.partners

www.romir.ru



Яков и Партнёры

© «Яков и Партнёры», 2024
Все права защищены

www.yakov.partners

 [YakovPartners](https://t.me/YakovPartners)

 [yakov.partners](https://whatsapp.com/yakov.partners)

 [yakov-partners](https://www.linkedin.com/company/yakov-partners)

РОМИР

© РОМИР, 2024
Все права защищены

www.romir.ru

 [romir_real](https://t.me/romir_real)

 info@romir.ru