

# IPSOS UPDATE

Обзор лучших статей  
и исследований Ipsos  
со всего мира

Февраль 2024

Ipsos Knowledge Centre

GAME CHANGERS



# В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

## КАК НЕ ПОВТОРЯТЬ ОШИБОК

Опыт текстовой аналитики в работе с ИИ

5 ключевых моментов, которые важно учитывать при работе с генеративным ИИ на базе LLM, чтобы получить наиболее эффективный результат.

## WHAT THE FUTURE: ПРОИЗВОДСТВО

Наступление новой эры

Мы исследуем будущее производства: влияние автоматизации, отношений работодателя и сотрудников, а также развития ИИ. В этом эксклюзивном обзоре рассказываем, с чем столкнутся крупные и малые производители в ближайшие годы.

## ОТНОШЕНИЕ ДЕТЕЙ К ГАДЖЕТАМ

Данные российского исследования New Generation

Результаты второй волны 2023 года показали, какие телефоны есть у детей, и как новые технологичные гаджеты влияют на их имидж.

## ТОП-5 СПОСОБОВ ОПЛАТЫ ПОКУПОК В ИНТЕРНЕТЕ У РОССИЯН

Результаты второй волны 2023 года показали, как чаще всего россияне оплачивают онлайн-покупки и многие ли используют оплату частями.

## STORIES BOOK 2023

Самое интересное из качественного сообщества

BNPL-сервисы, платежные стикеры, новые горизонты киносмотра и другие темы, которые волновали исследователей и маркетологов в 2023 году.

## НАША ЖИЗНЬ С ИИ

Как люди видят перспективы ИИ

Новое исследование, проведенное Ipsos для Google, изучает восприятие ИИ людьми в разных странах. В целом, многие люди с оптимизмом смотрят на развитие искусственного интеллекта.

## IPSONS ИНФОГРАФИКА

Самое интересное из наших материалов

Рассказываем почему важно обучать модели ИИ на реальных данных, какие ограничения есть в больших языковых моделях (LLM) и что с этим делать. А также делимся, почему важно детально изучать контекст потребления, и рассматриваем на примере потребления сэндвичей, какие есть нюансы.



Фото: Санкт-Петербург

# КАК НЕ ПОВТОРЯТЬ ОШИБОК

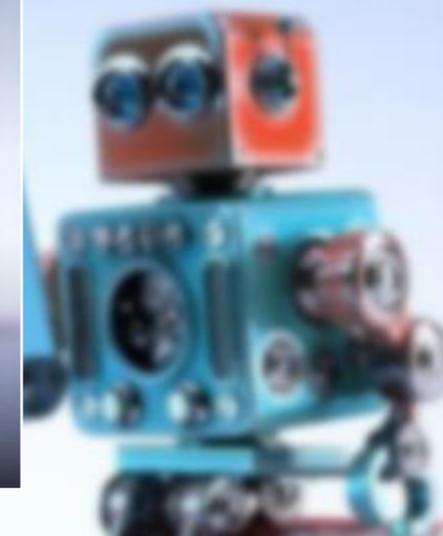
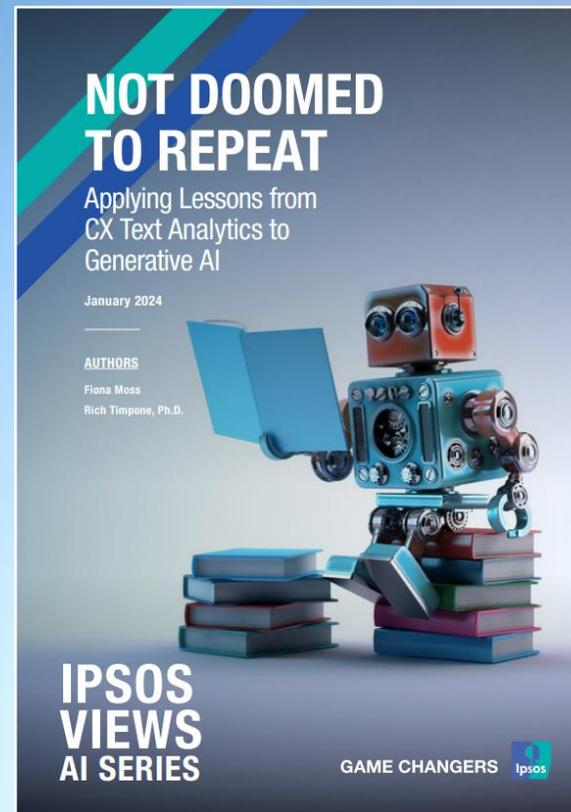
## Как опыт текстовой аналитики может помочь в работе с ИИ

Сейчас почти любой интернет-пользователь может работать с текстовым искусственным интеллектом.

CX-эксперты Ipsos, используя опыт текстовой аналитики за предшествующие 15 лет, выделили **5 рекомендаций, о которых полезно помнить и при работе с генеративным ИИ на базе LLM:**

- **Прозрачность.** Важно четко представлять возможности LLM и характер данных, используемых для обучения модели. Прозрачность подразумевает наличие контрактов, управление и инфраструктуру для безопасности данных и информации.
- **Качество данных.** Только репрезентативные / релевантные для вашей задачи данные обеспечат нужный результат.
- **Важность оценки.** Систематически оценивайте качество использования ИИ в конкретных ситуациях. Строгий подход к оценке эффективности при работе с моделью LLM гарантирует максимум отдачи.
- **Управление ожиданиями.** Важно управлять ожиданиями конечных пользователей в отношении результатов, полученными от LLM.
- **Механизм использования / отчетности должен отвечать потребностям бизнеса.**

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



ИЗУЧЕНИЕ ОПЫТА ТЕКСТОВОЙ АНАЛИТИКИ ПОЗВОЛЯЕТ НАМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВСЕ ПОТЕНЦИАЛ НОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ. ”



# WHAT THE FUTURE: ПРОИЗВОДСТВО

## Наступление новой эры

Сфера производства уже начала меняться. И в этом выпуске «What the Future» мы исследуем, что повлияет на её будущее:

- **ИИ и технологии:** 3D-печать, технологии для безопасности цепочек поставок, автоматизация производства, сотрудничество человека и робота и т.д.
- **Локализация и глобализация.** Люди по-разному воспринимают локальные и глобальные товары. Выясняем, как глобальным гигантам и локальным производителям адаптироваться к меняющемуся ландшафту.
- **Поведение потребителей и изменения в обществе.** Для производства важно учитывать факторы выбора товаров, например, для потребителя очень важна цена.

- **Фокус на устойчивое развитие.** Не все готовы платить больше за экологичные товары. Наше исследование показало, что активности в области ESG остаются конкурентным преимуществом брендов.

Эволюция производства будет зависеть от того, как удастся интегрировать все эти факторы.

Мы составили эксклюзивный обзор вопросов, с которыми столкнутся крупные и малые производители в ближайшие годы. Как выжить малым производствам, придем ли мы к более устойчивому будущему и как будут обучать сотрудников с учетом автоматизации? Об этом рассуждаем в обзоре What the Future.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



КАК ИИ, ЛОКАЛИЗАЦИЯ/ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПОВЛИЯЮТ НА ТО, КАКИМ БУДЕТ ПРОИЗВОДСТВО ТОВАРОВ В БУДУЩЕМ? ”



# ОТНОШЕНИЕ ДЕТЕЙ К ГАДЖЕТАМ

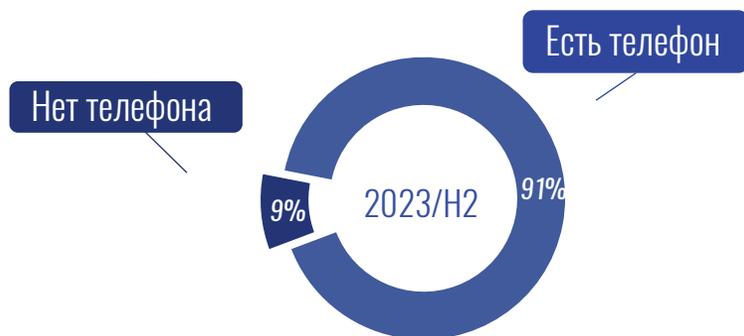
## Данные новой волны исследования New Generation

По данным 2-й волны 2023 года исследования New Generation, у 91% детей 7-15 лет есть телефон, из них 82% – владельцы смартфонов, а не кнопочных телефонов. Больше половины детей считают, что обладание новым технологичным гаджетом делает их круче. При этом, для мальчиков это важнее, чем для девочек.

### Блоки исследования о подростках:

- Стиль жизни
- 90+ психограф. характеристик
- Проведение досуга
- Потребление товаров детьми
- Карманные расходы
- Оценка 90+ лицензионных персонажей

### Наличие мобильного телефона у детей 7-15 лет



[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

### NEW GENERATION

#### Гаджеты для мальчиков больший символ престижа, чем для девочек

#### Отношение к технологиям (дети 7-15 лет)

**Наличие мобильного телефона**

Категория	Процент
Есть телефон	91%
Нет телефона	9%

**Обладание новым технологичным гаджетом делает меня более крутым**

Группа	Процент
Все	55%
7-9 лет	53%
10-12 лет	56%
13-15 лет	55%

59% мальчиков считают, что обладание новым технологичным гаджетом делает их более крутыми. 50% девочек.

Источники: Ipsos, New Generation, 2023/H2, Сбор данных: 2-27 октября 2023. Дети 7-15 лет, города-миллионники России.

#### Об исследовании New Generation

Регулярное исследование потребительского поведения, стиля жизни и предпочтений детей и подростков, а также покупательского поведения их мам.

#### Блоки исследования:

- Медиапредпочтения
- Стиль жизни
- 90+ психографических характеристик
- Проведение досуга
- Потребление товаров детьми
- Карманные расходы
- Оценка 90+ лицензионных персонажей

Города-миллионники России. Дважды в год.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

59% МАЛЬЧИКОВ СЧИТАЮТ, ЧТО ОБЛАДАНИЕ НОВЫМ ТЕХНОЛОГИЧНЫМ ГАДЖЕТОМ ДЕЛАЕТ ИХ БОЛЕЕ КРУТЫМИ. ”



# ТОП-5 СПОСОБОВ ОПЛАТЫ ПОКУПОК В ИНТЕРНЕТЕ

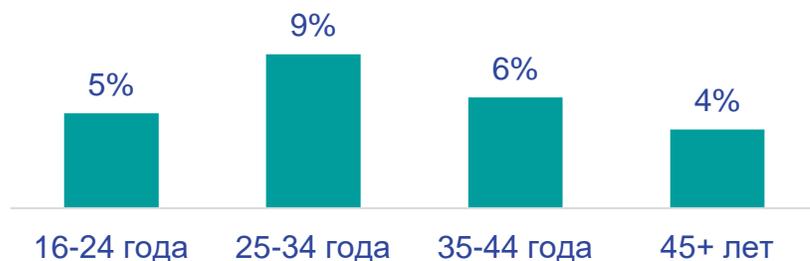
## Данные новой волны регулярного исследования OnLife

Регулярное исследование OnLife изучает онлайн-поведения россиян. По результатам второй волны 2023 года, чаще всего россияне оплачивают онлайн-покупки через сайт с помощью банковской карты. При этом, все меньше людей платят наличными и электронными деньгами. Оплату частями используют уже 6% россиян, охотнее всего – люди от 25 до 34 лет (9%).

### Блоки исследования:

- Стиль жизни
- Устройства выхода в Интернет
- Поведение в Интернете
- Покупки в Интернете
- Банки и банковские продукты, электронные платежные системы
- Страхование через Интернет

### Использование сервисов оплаты частями по возрастам



[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

Чаще всего онлайн-покупки оплачивают через сайт с помощью банковской карты. Все меньше людей платят наличными и электронными деньгами. При этом, оплату частями используют уже 6% россиян, охотнее всего – люди от 25 до 34 лет (9%).

### Топ-5 способов оплаты покупок в Интернете

Способ оплаты	2023/H2	2022/H2	2021/H2
Оплата банковской картой через Интернет	74%	73%	72%
Оплата банковской картой курьеру / в пункте самовывоза	28%	27%	30%
Оплата наличными курьеру / в пункте самовывоза	13%	15%	22%
Оплата электронными деньгами	12%	14%	15%
Сервисы оплаты частями	6%	-	-

#### Использование сервисов оплаты частями по возрастам (2023/H2)

Возрастная группа	Процент
16-24 года	5%
25-34 года	9%
35-44 года	6%
45+ лет	4%

Источники: Ipsos OnLife. Активные интернет-пользователи 16+. Города России с населением 100 тыс.+

### Об исследовании OnLife

Регулярное исследование для углубленного изучения онлайн-поведения россиян.

#### Блоки исследования:

- Социально-демографический блок
- Стиль жизни
- Устройства выхода в Интернет
- Поведение в Интернете
- Покупки в Интернете
- Банки и банковские продукты
- Электронные платежные системы
- Страхование через Интернет

Города России с населением 100 тыс.+, дважды в год

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

ПРИ ПОКУПКЕ ОНЛАЙН  
ОПЛАТУ ЧАСТЯМИ ИСПОЛЬЗУЕТ  
6% РОССИЯН. ”



# STORIES BOOK 2023

Истории из нашего качественного сообщества и данные исследований на темы, которые волновали всех в 2023 году

[Stories Book 2023](#) – сборник историй из нашего качественного синдикативного сообщества, где мы обсуждаем темы, которые сегодня волнуют потребителей, исследователей и маркетологов. В этот раз мы дополнили их данными из других наших исследований.

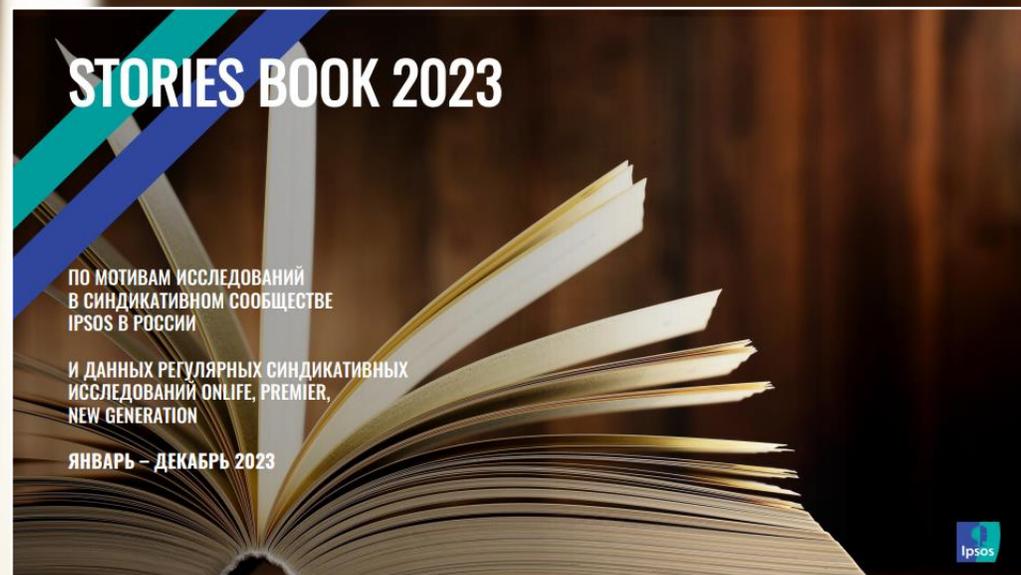
Синдикативное качественное онлайн-сообщество – это 500 участников из разных городов России, которые готовы к онлайн-обсуждению актуальных тем, связанных с потреблением и стилем жизни.

В сборнике **Stories Book 2023**:

- [Покупай сейчас, плати потом](#)
  - [Данные: Топ-5 способов оплаты покупок в интернете](#)
- [Платежные стикеры](#)
  - [Данные: Доверие к банкам](#)
  - [Данные: Как школьники используют банковские карты](#)
- [Новые горизонты киносмотрения](#)
- [Новогодние традиции](#)

Уже на следующей неделе ждите новую **Stories**, в которой мы расскажем о взгляде потребителей на беспилотные такси и роботов-доставщиков.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



# НАША ЖИЗНЬ С ИИ

## Как люди видят перспективы искусственного интеллекта

Ipsos и Google совместно изучили отношение людей к ИИ, проведя 17 000 интервью в 17 странах.

### **Оптимистичное отношение к ИИ.**

Исследование показало, что многие оптимистично смотрят на применение ИИ как сегодня, так и в будущем. Люди в разных странах считают, что со временем ИИ окажет огромное положительное влияние: от ускорения работы до улучшений в транспортной сфере, образовании и повышения качества жизни. Люди верят, что ИИ сможет решить многие проблемы: бедность, предвзятость, изменение климата, дискриминацию, а также поможет сделать нас более здоровыми, умными и обеспечить нашу безопасность.

**Отношение к ИИ зависит от страны.** Развивающиеся рынки более благосклонно относятся к ИИ.

77% жителей развивающихся стран считают, что ИИ положительно влияет на то, как мы получаем информацию или учимся. А среди американцев только 42% согласны, что ИИ благоприятно влияет на процесс обучения.

### **Опасения по отношению к ИИ.**

Но как и любая новая технология, ИИ вызывает некоторые опасения. Однако поразительно, что знакомство с ИИ на собственном опыте, по-видимому, создает ощущение, что он может открыть безграничные возможности, что снижает тревогу. Есть сильное стремление к государственно-частному партнерству, позволяющему наилучшим образом и при этом с ответственностью развивать ИИ, не ослабляя инновации, которые так интересны людям во всем мире.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

# Our life with AI

## Обучение LLM-моделей на релевантных, репрезентативных и актуальных данных исследований для генерации новых идей продуктов



✓ Релевантность



✓ Репрезентативность



✓ Актуальность

### ПРОБЛЕМЫ С ГОТОВЫМИ МОДЕЛЯМИ

LLMs обучаются на книгах, статьях, веб-страницах и текстовых вопросах и ответах. LLMs не обучались на данных, характеризующих определенные категории продуктов или услуг.

LLMs обучаются на открытой информации из Интернета. Люди, размещающие посты в Интернете, могут не репрезентировать нужную вам аудиторию.

LLMs обучаются на данных, которые немного устарели. GPT-4, например, обучался на информации, доступной до сентября 2021 года.

### КАК ДООБУЧИТЬ МОДЕЛИ С ПОМОЩЬЮ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЙ

Данные для обучения должны отражать функциональные и эмоциональные потребности людей.

Опрос должен проводиться по конкретной категории товаров или услуг.

Данные для обучения должны быть получены из надежной и репрезентативной выборки вашей целевой аудитории.

Задайте целевые параметры выборки (например, пользователи продукта за последние 12 мес.).

Данные для обучения должны быть актуальными.

Опрос потребителей можно провести непосредственно перед генерацией новых идей. Результаты должны быть действительны в течение года или больше.

## Обучение ИИ

При генерации идей для инновационных продуктов с помощью ИИ важно дообучить модели на реальных данных о потребителях. Готовые Большие языковые модели (LLM) имеют ограничения:

- Обучаются на информации из книг и интернета без учета категорийной специфики
- Люди, оставляющие комментарии онлайн, могут не репрезентировать нужную целевую аудиторию
- Готовые модели обучались на данных, которые уже могли устареть

Рассказываем, почему это важно и что с этим делать в статье «Гуманизация искусственного интеллекта».

[ЧИТАТЬ СТАТЬЮ](#)



## Топ-10 моментов потребления сэзков



**Топ-10** ситуаций составляют  
40% от всех



**Топ-5** происходит  
вечером



**Топ-3** во время  
просмотра ТВ

	Где	С кем	Когда	Во время чего
01	Дома	С семьей (с детьми)	Вечером	Просмотр ТВ/Netflix и др.
02	Дома	Один	Вечером	Просмотр ТВ/Netflix и др.
03	Дома	С супругом (ой)	Вечером	Просмотр ТВ/Netflix и др.
04	Дома	С семьей (с детьми)	Вечером	Отдых/ничего не делают
05	Дома	Один	Вечером	Отдых/ничего не делают
06	Дома	Один	Между приемами пищи	Отдых/ничего не делают
07	Дома	С семьей (с детьми)	Между приемами пищи	Отдых/ничего не делают
08	Дома	С семьей (со взрослыми)	Вечером	Просмотр ТВ/Netflix и др.
09	Дома	Один	Между приемами пищи	Просмотр ТВ/Netflix и др.
10	Дома	Один	Вечером	Интернет/социальные сети

## Топ-10 моментов потребления сэзков

Почему важно детально изучать контекст потребления? Делимся главными нюансами на примере потребления сэзков:

- Их потребляют в одиночестве или с семьёй.
- Чаще всего сэзки едят вечером, но ими можно перекусить и между приемами пищи.
- Чаще всего жуют сэзки во время просмотра ТВ, на втором месте – во время ничегонеделания.

Детальный анализ контекста потребления помогает лучше учитывать нужды потребителей, чтобы предложить им более релевантные продукты или выстроить более действенную коммуникацию. Больше об этом – в статье «Понимание контекста моментов потребления».

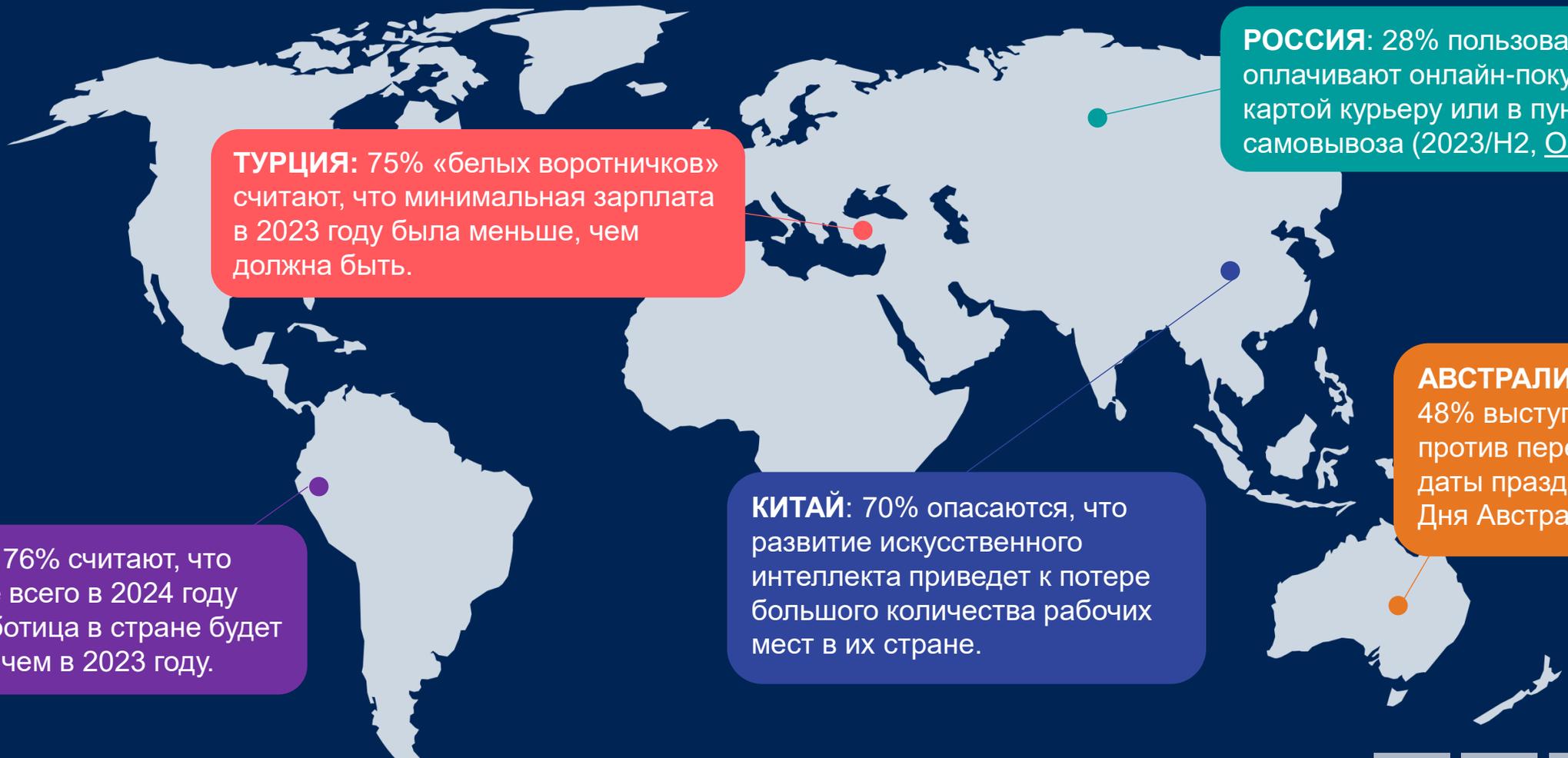
[ЧИТАТЬ СТАТЬЮ](#)



# ДАЙДЖЕСТ ОПРОСОВ

Посетите [ipsos.ru](https://ipsos.ru), чтобы найти самые актуальные результаты исследований..

Данные опросов Ipsos, проведенных в этом месяце в разных странах мира.



**ТУРЦИЯ:** 75% «белых воротничков» считают, что минимальная зарплата в 2023 году была меньше, чем должна быть.

**РОССИЯ:** 28% пользователей оплачивают онлайн-покупки картой курьеру или в пункте самовывоза (2023/H2, [OnLife](#)).

**АВСТРАЛИЯ:** 48% выступают против переноса даты празднования Дня Австралии.

**КИТАЙ:** 70% опасаются, что развитие искусственного интеллекта приведет к потере большого количества рабочих мест в их стране.

**ПЕРУ:** 76% считают, что скорее всего в 2024 году безработица в стране будет выше, чем в 2023 году.

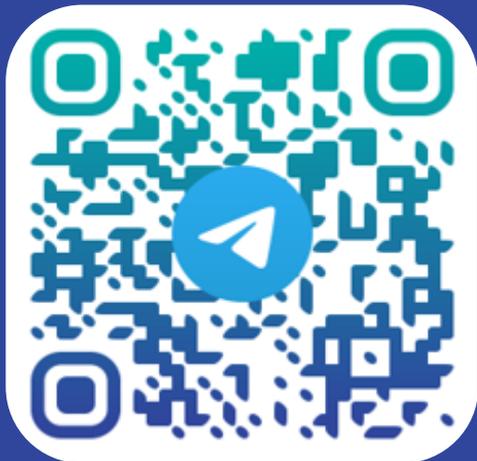
# КОНТАКТЫ

Выпуски Ipsos Update можно найти на нашем сайте [www.ipsos.ru](http://www.ipsos.ru) и в социальных сетях.

Свои комментарии и идеи вы можете направить по адресу [ipsosnews@ipsos.com](mailto:ipsosnews@ipsos.com) или через наш бот [@ipsos in russia bot](#)

Подписывайтесь на наши каналы в соцсетях, чтобы узнавать о новых материалах сразу, как они выходят!

*TG: Ipsos в России*



*BK: Ipsos в России*

