Оценка раздражения при нахождении в очередях

СБЕР МАРКЕТ

Сколько времени проводят в очередях респонденты за 1 год?

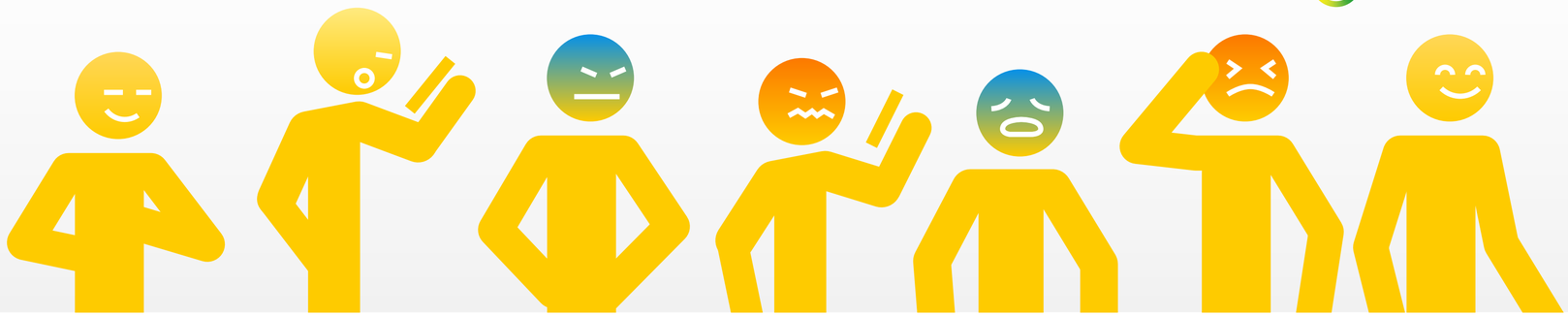
СБЕР МАРКЕТ

Дней за 1 год	Вся выборка	Мужчины	Женщины
1. В гипер- и супермаркетах при покупке продуктов	1,1	1,3	1,0
2. При пользовании общественным транспортом (очередь в автобус, эскалатор метро и т.д.)	1,0	1,2	0,7
3. В магазинах формата «у дома» при покупке продуктов	0,9	1,0	0,9
4. В поликлинике или других медучреждениях	0,7	0,8	0,5
5. В МФЦ или других госучреждениях	0,4	0,6	0,2
6. В непродовольственных магазинах	0,4	0,5	0,3
7. Очередь в банке	0,3	0,4	0,2
8. Очереди в аэропорту или на ж/д вокзале	0,3	0,5	0,1
9. Очередь к банкомату	0,3	0,4	0,2
10. Билетные кассы театра, кино, клуба и т.п.	0,1	0,1	0,04

Вся выборка

Часов в год	Часов за жизнь	Дней за жизнь
27	2017	84
24	1714	72
22	1648	69
16	1212	50
9	695	29
9	643	27
8	562	23
7	547	23
7	510	21
2	118	5

Состояние респондентов в очередях



Вспомните свое состояние и оцените по шкале от 1 до 10 баллов, насколько Вас раздражает каждый из видов очередей? 1 балл – Вы абсолютно спокойны или не замечаете очередь, 10 баллов – Вы максимально раздражены?

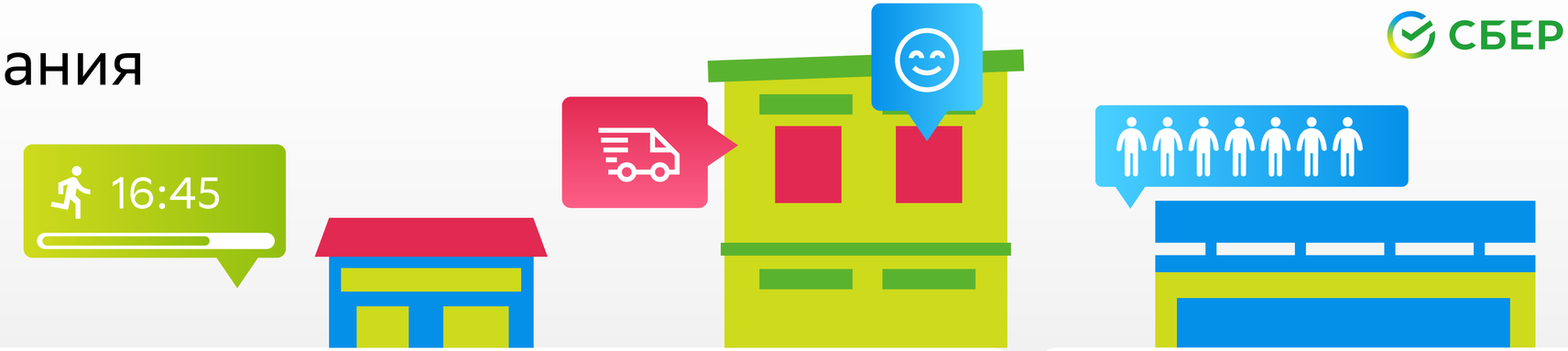
Очередь, вызывающая наибольшее раздражение – это ожидание в поликлиниках и медицинских учреждениях (26,7% респондентов испытывают сильное раздражения, находясь в этих очередях).

На втором месте – МФЦ и госучреждения (вызывают сильное раздражение у 17,2% опрошенных).

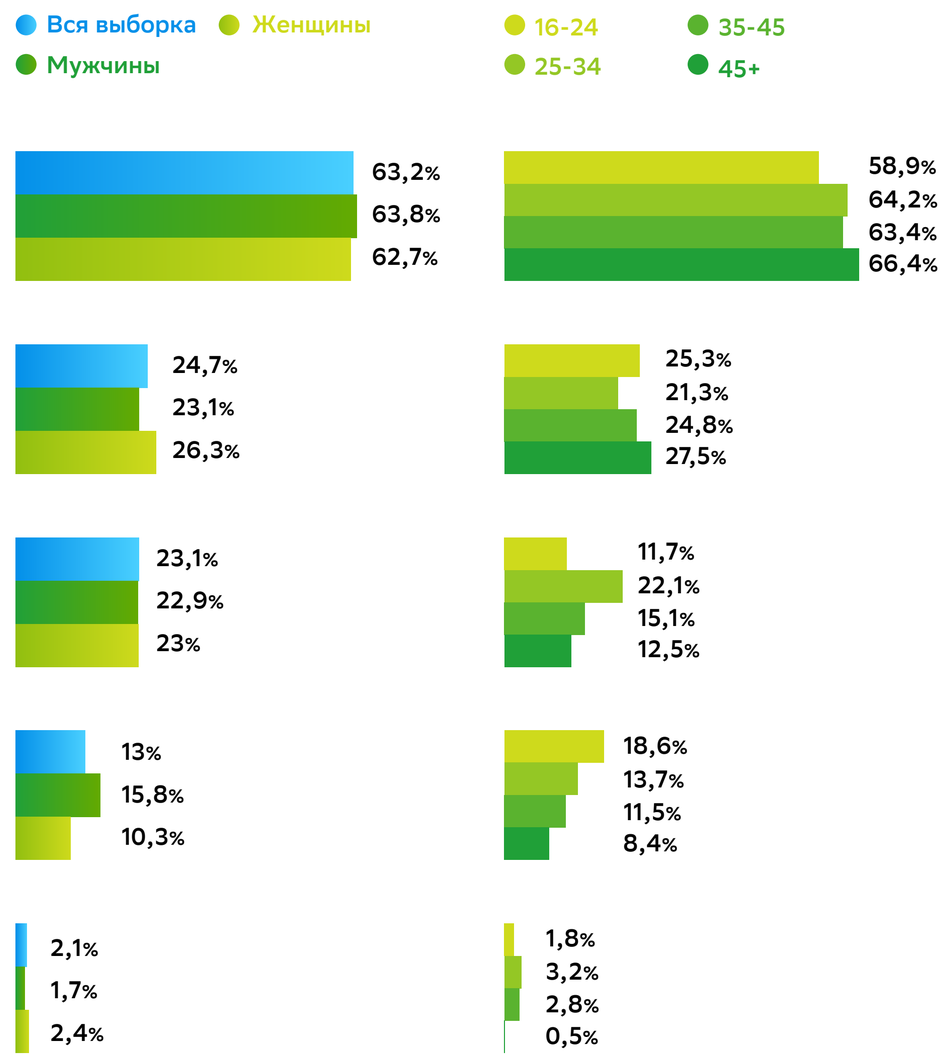
Меньше всего раздражают респондентов очереди в билетные кассы (сильно раздражаются лишь 5,1%).

Тактики избегания очередей

СБЕР МАРКЕТ



Что вы предпринимаете, чтобы избежать очередей в продуктовых магазинах?



Самая распространенная тактика избежать очередей в продуктовых магазинах – стараться не посещать их в час пик (63,2%)

Доля тех, кто заказывает продукты с доставкой составляет 23,1%.

Различие межу мужчинами и женщинами незначительны.

Среди возрастных групп наблюдается некоторое повышение доли тех, кто старается не ходить в магазин в час пик по мере увеличения возраста.

Заказывать продукты с доставкой более всего склонны представители возрастной группы 25-34 лет.

Чем моложе респонденты, тем больше они проявляют склонность стоять в очередях парами: один выбирает продукты, второй стоит в очереди.