

Новые сценарии и условия использования ИИ-сервисов и нейросетей:

результаты количественного исследования

Подготовлено:

17.04.2026

Содержание

- Цели и задачи исследования
- Методология
- Результаты исследования
- Общие выводы

Цели и задачи



Основная цель

Изучить особенности стратегий использования ИИ-сервисов и нейросетей, а также информированность и установки в отношении работы сервисов.



Методология



Метод

Онлайн-опрос по собственной панели OMI



Аудитория

Пользователи ИИ-сервисов и нейросетей за последние 6 месяцев



Выборка

Основная: 2328 респондентов
Буст (56-65): 102 респондента



География

РФ 0+



Сроки поля

16.03.2026 – 23.03.2026



Проект выполнен

исследовательской компанией
OMI
(Online Market Intelligence)

Параметры выборки



Пол



Мужской
47%

Женский
53%

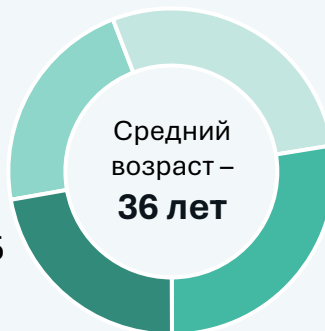
Возраст

18-24
года
22%

25-35
лет
28%

46-55
лет
22%

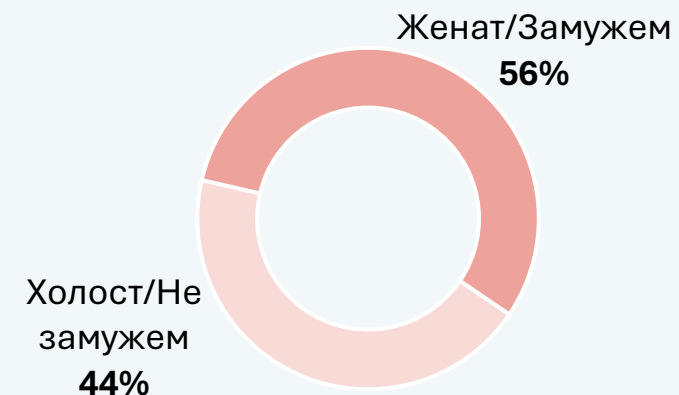
36-45
лет
28%



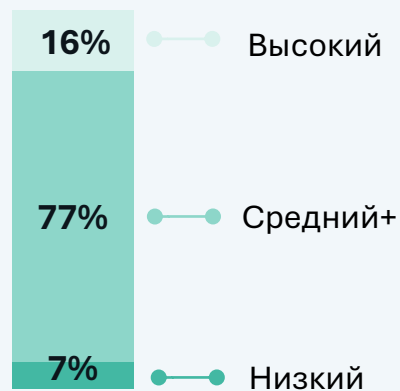
Буст на возраст 56-65 лет

В количестве **102** человек

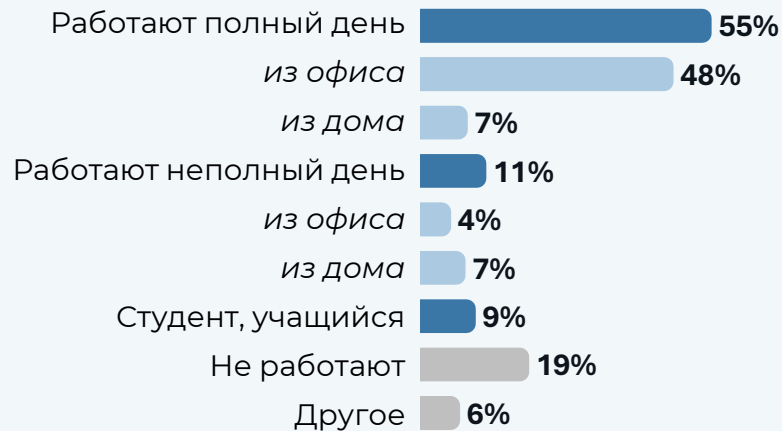
Семейное положение



Доход*



Работа



Наличие детей



Средний возраст одного ребёнка

Около **12** лет

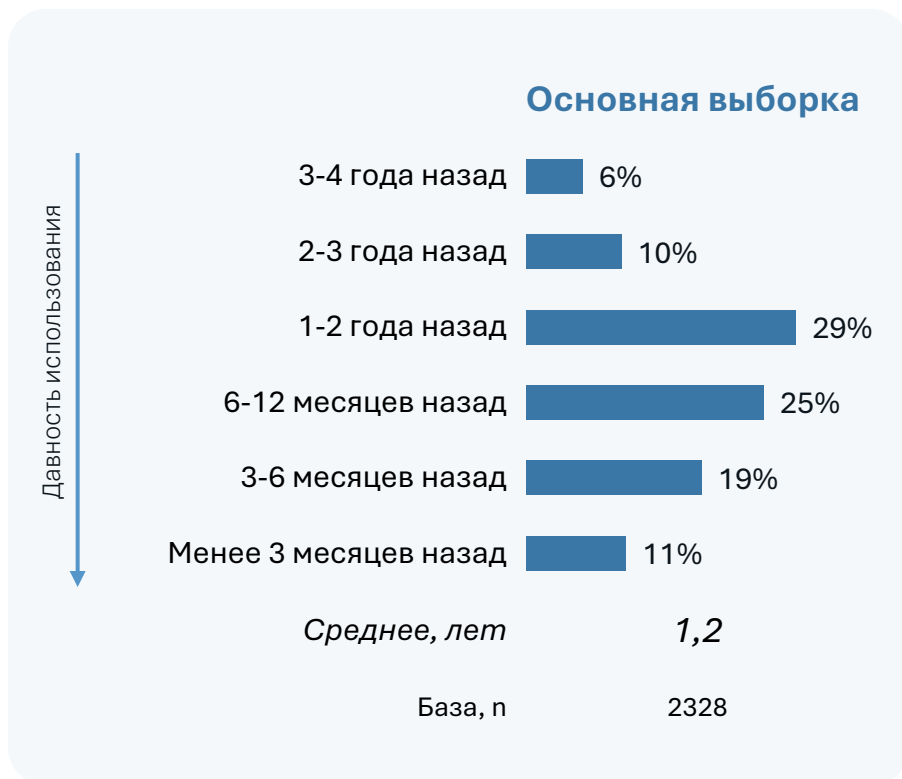
Были квоты

Результаты исследования

Как давно начали использовать нейросети или ИИ-сервисы



Трое из десяти респондентов используют ИИ не более полугода, четверть – от полугода до года. От года до двух лет ИИ использует 29% аудитории. Более двух лет нейросети использует только 16% опрошенных. Чуть раньше нейросетями стали пользоваться самые молодые респонденты.

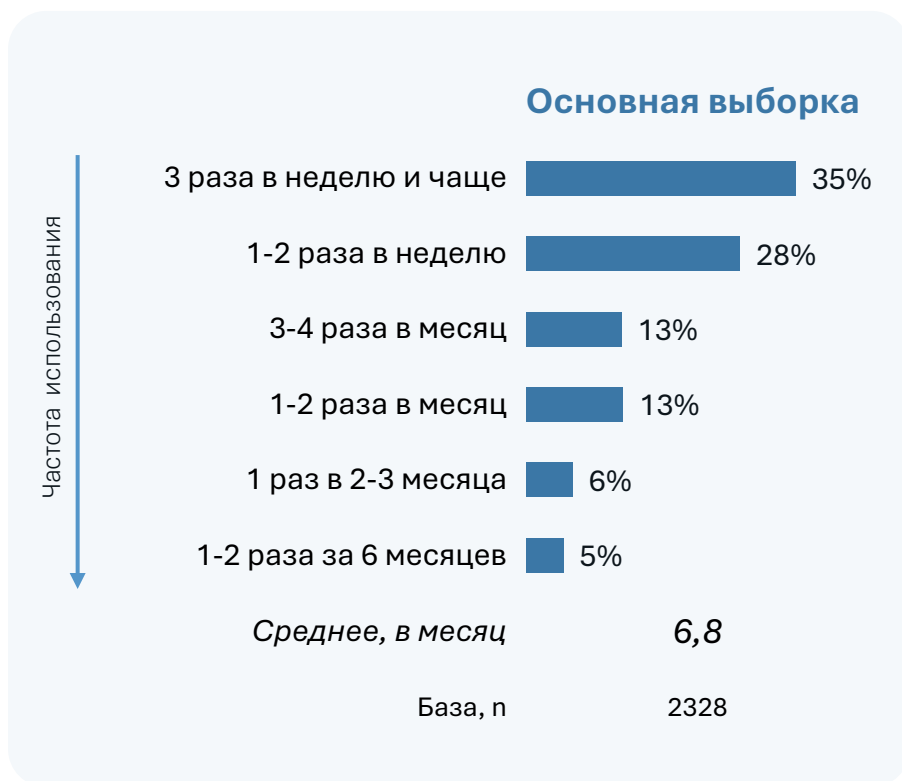


Мужчины	Женщины	18-24	25-35	36-45	46-55	Буст: 56-65
7%	5%	6%	7%	5%	6%	3%
11%	10%	15%	9%	8%	8%	9%
31%	27%	32%	29%	27%	28%	28%
26%	25%	25%	24%	28%	25%	30%
17%	20%	13%	20%	19%	22%	14%
9%	13%	9%	10%	13%	10%	17%
1,2	1,1	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0
1086	1242	511	658	640	519	102

Частота использования нейросетей и ИИ-сервисов [1/2]



Чуть больше трети аудитории используют нейросети как минимум три раза в неделю, почти две трети – как минимум раз в неделю. Чем моложе респонденты, тем чаще они используют нейросети.

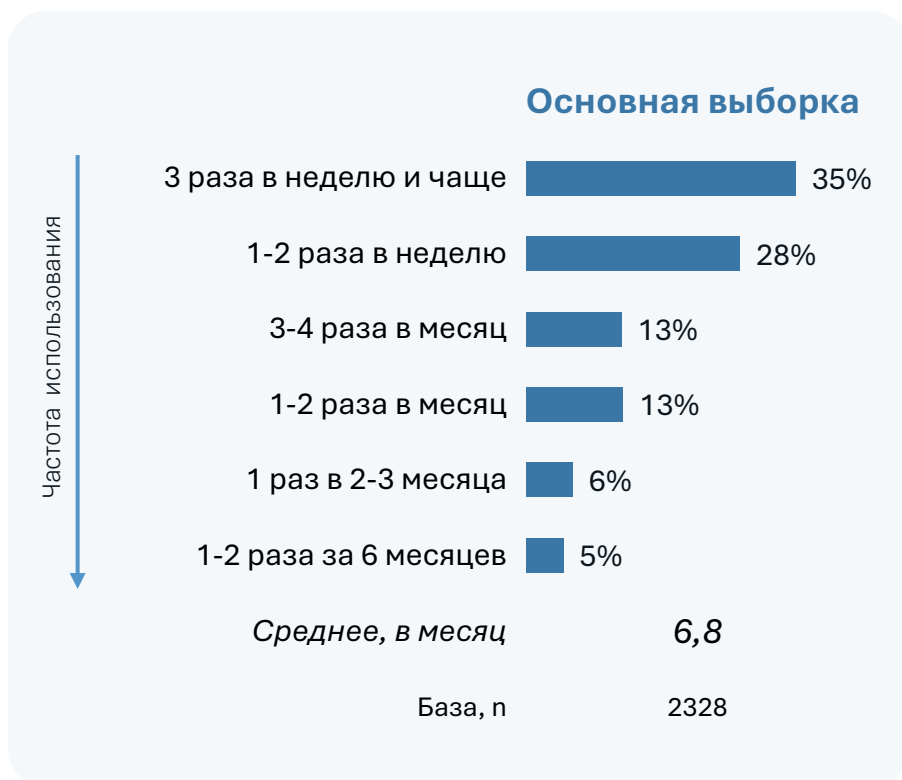


	18-24	25-35	36-45	46-55	Буст: 56-65
3 раза в неделю и чаще	50%	35%	31%	26%	41%
1-2 раза в неделю	24%	29%	26%	35%	19%
3-4 раза в месяц	9%	15%	13%	12%	23%
1-2 раза в месяц	8%	11%	18%	14%	6%
1 раз в 2-3 месяца	5%	6%	6%	7%	4%
1-2 раза за 6 месяцев	4%	5%	5%	5%	7%
<i>Среднее, в месяц</i>	8,0	6,8	6,2	6,1	7,1
База, n	511	658	640	519	102

Частота использования нейросетей и ИИ-сервисов [2/2]



Наблюдается зависимость между опытом использования нейросетей и частотой обращения к ним – чем дольше респонденты используют нейросети, тем чаще они к ним обращаются. Так, средняя частота обращений у самых «старых» пользователей почти вдвое превышает показатель самых «молодых».

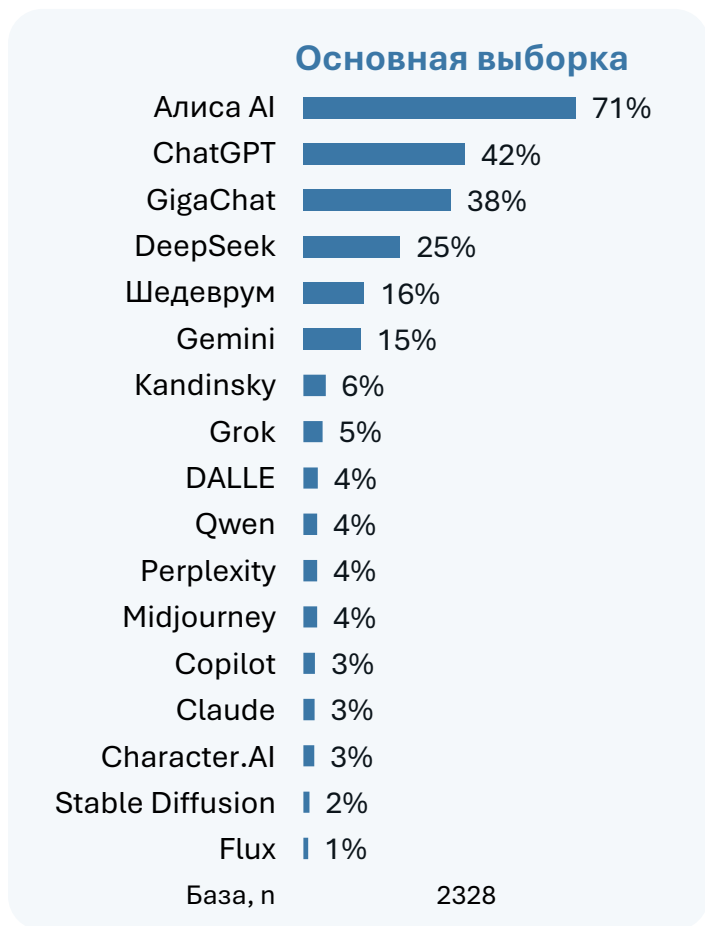


Давность использования →	3-4 года	2-3 года	1-2 года	6-12 месяцев	3-6 месяцев	Менее 3 месяцев	Буст: 56-65
	65%	53%	40%	30%	25%	23%	41%
	17%	27%	31%	30%	28%	23%	19%
	9%	9%	13%	15%	13%	12%	23%
	7%	9%	10%	13%	17%	17%	6%
	1%	1%	4%	7%	10%	10%	4%
	1%	1%	2%	5%	7%	15%	7%
	9,3	8,6	7,4	6,3	5,6	5,0	7,1
	141	237	672	592	437	249	102

Использование нейросетей и ИИ-сервисов за полгода [1/2]



Среди ИИ-сервисов наиболее популярным является Алиса AI (71%), далее с существенным разрывом следуют ChatGPT (42%) и GigaChat (38%), затем - DeepSeek (25%), Шедеврум (16%) и Gemini (15%). Использование других сервисов не превышает 10%. Самая молодая группа (18-24) использует больше разных сервисов, тогда как аудитория 36-55, наоборот, меньше.



	Мужчины	Женщины	18-24	25-35	36-45	46-55	Буст: 56-65
Алиса AI	73%	69%	65%	71%	74%	72%	79%
ChatGPT	35%	48%	67%	44%	31%	28%	27%
GigaChat	36%	40%	36%	37%	41%	39%	53%
DeepSeek	24%	26%	43%	23%	18%	19%	14%
Шедеврум	15%	16%	16%	17%	17%	13%	17%
Gemini	13%	16%	28%	16%	11%	5%	9%
Kandinsky	6%	6%	5%	6%	6%	7%	13%
Grok	7%	4%	9%	6%	2%	3%	5%
DALLE	3%	5%	9%	4%	2%	1%	1%
Qwen	4%	3%	4%	4%	4%	2%	3%
Perplexity	4%	3%	6%	4%	3%	2%	2%
Midjourney	3%	4%	6%	4%	1%	3%	2%
Copilot	3%	3%	5%	3%	3%	2%	3%
Claude	3%	3%	6%	3%	2%	1%	3%
Character.AI	2%	3%	8%	2%	1%	1%	0%
Stable Diffusion	2%	1%	2%	2%	1%	1%	1%
Flux	2%	1%	1%	2%	1%	0%	0%
База, n	1086	1242	511	658	640	519	102

База: основная выборка, n=2328; буст, n=102

QS5. Какие нейросети или ИИ-сервисы вы использовали за последние 6 месяцев?

a/b - Значимо **выше**, чем в подгруппе

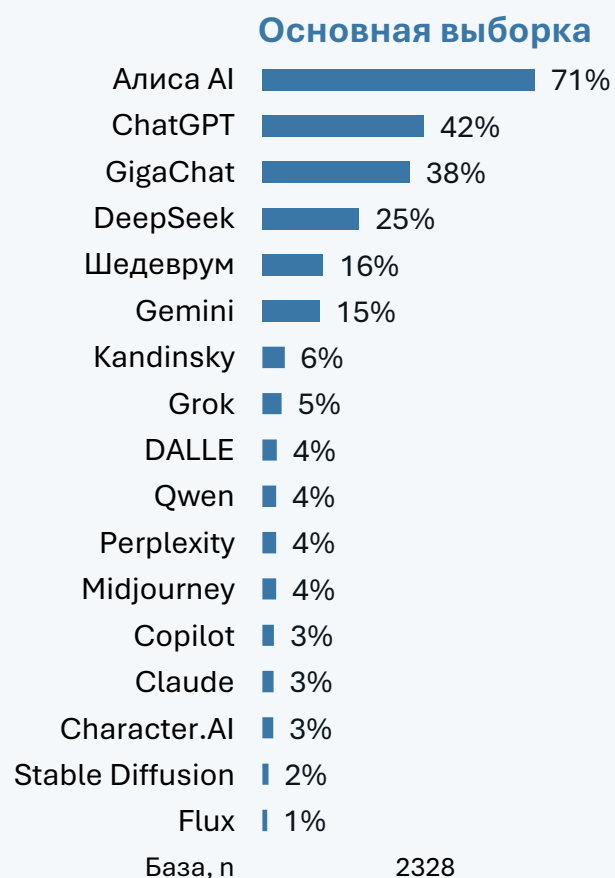
83%/17% - значимо **выше/ниже**, чем в среднем

Использование нейросетей и ИИ-сервисов за полгода [2/2]



Выбор ИИ-сервисов отличается в зависимости от запросов. Для некоторых типов запросов аудитория обращается к более широкому списку нейросетей (особенно выделяются аналитика, путешествия, технологии и творчество).

Запросы к ИИ



	Помощь по дому	Технологии и техника	Творчество	Учеба, новая информация	Путешествия и поездки	Покупки и досуг	Правовые вопросы	Аналитика и работа
	80%	76%	69%	74%	77%	80%	73%	73%
	40%	46%	52%	49%	48%	46%	46%	53%
	41%	43%	46%	42%	47%	44%	42%	42%
	25%	29%	28%	32%	27%	27%	29%	38%
	17%	20%	24%	18%	23%	16%	20%	21%
	15%	21%	20%	19%	21%	22%	18%	22%
	6%	9%	9%	7%	10%	8%	9%	11%
	5%	7%	7%	6%	6%	7%	6%	11%
	5%	5%	6%	5%	5%	4%	5%	7%
	3%	6%	4%	5%	6%	4%	5%	7%
	3%	5%	4%	4%	7%	4%	6%	8%
	3%	4%	6%	4%	4%	5%	6%	7%
	3%	4%	3%	4%	5%	4%	4%	7%
	3%	5%	3%	4%	5%	4%	4%	7%
	3%	4%	4%	3%	5%	4%	3%	4%
	2%	3%	2%	2%	3%	2%	2%	3%
	1%	2%	2%	1%	3%	2%	1%	2%
	752	748	1051	978	361	497	635	552

База: основная выборка, n=2328

QS5. Какие нейросети или ИИ-сервисы вы использовали за последние 6 месяцев?

83%/17% - значимо выше/ниже, чем в среднем

Интерес к новостям о нейросетях и ИИ-сервисах [1/2]



60% аудитории интересуются новостями о развитии ИИ, чуть больше половины (54%) заинтересованы в информации о разработке и обслуживании нейросетей. Среди мужчин наблюдается более высокий интерес по сравнению с женщинами.

Новости о развитии

Основная выборка



Информация о разработке и обслуживании



	Мужчины	Женщины	18-24	25-35	36-45	46-55
Активно следят за новостями	68%	53%	57%	63%	59%	59%
Интересно, но читают только громкие новости	21%	14%	20%	21%	15%	14%
Иногда случайно читают отдельные новости	46%	39%	38%	42%	44%	46%
Это не интересно	32%	47%	43%	37%	41%	41%
Активно следят за новостями	28%	38%	33%	30%	34%	37%
Интересно, но читают только громкие новости	5%	9%	10%	7%	7%	4%
Иногда случайно читают отдельные новости	62%	47%	54%	58%	52%	51%
Это не интересно	16%	11%	17%	17%	11%	9%
Активно следят за новостями	45%	36%	37%	41%	41%	42%
Интересно, но читают только громкие новости	38%	53%	46%	42%	48%	49%
Иногда случайно читают отдельные новости	31%	39%	32%	33%	38%	39%
Это не интересно	7%	14%	14%	9%	10%	10%
База, n	1086	1242	511	658	640	519

База: основная выборка, n=2328

QA1. Интересуетесь ли вы новостями о развитии нейросетей и ИИ-сервисов?

QA2. Интересуетесь ли вы информацией о том, как разрабатываются и обслуживаются нейросети и ИИ-сервисы?

a/b - Значимо выше, чем в подгруппе

83%/17% - значимо выше/ниже, чем в среднем

Интерес к новостям о нейросетях и ИИ-сервисах [2/2]



Чем дольше респонденты пользуются ИИ-сервисами, тем больше они заинтересованы в новостях о развитии и обслуживании нейросетей (исключение – использующие ИИ 3-4 года, рост интереса наблюдается до срока использования 2-3 года).

Новости о развитии

Основная выборка



Информация о разработке и обслуживании



Давность использования →

	3-4 года	2-3 года	1-2 года	6-12 месяцев	3-6 месяцев	Менее 3 месяцев
Активно следят за новостями	66%	80%	67%	60%	50%	36%
Интересно, но читают только громкие новости	33%	27%	19%	15%	11%	11%
Иногда случайно читают отдельные новости	34%	52%	47%	45%	39%	25%
Это не интересно	34%	20%	33%	40%	50%	64%
Активно следят за новостями	25%	17%	29%	34%	43%	44%
Интересно, но читают только громкие новости	9%	3%	4%	6%	7%	20%
Иногда случайно читают отдельные новости	62%	71%	58%	55%	45%	34%
Это не интересно	28%	21%	14%	11%	8%	12%
Активно следят за новостями	34%	50%	44%	44%	37%	22%
Интересно, но читают только громкие новости	38%	29%	42%	45%	55%	66%
Иногда случайно читают отдельные новости	27%	24%	36%	34%	42%	44%
Это не интересно	11%	6%	6%	11%	14%	22%
База, n	141	237	672	592	437	249

База: основная выборка, n=2328

QA1. Интересуетесь ли вы новостями о развитии нейросетей и ИИ-сервисов?

QA2. Интересуетесь ли вы информацией о том, как разрабатываются и обслуживаются нейросети и ИИ-сервисы?

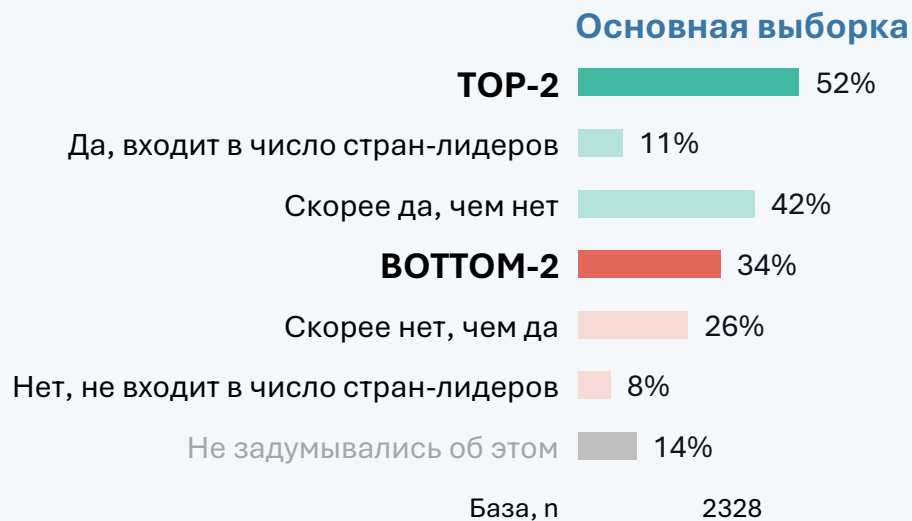
83%/17% - значимо выше/ниже, чем в среднем

Восприятие России как одного из лидеров в ИИ-индустрии



Каждый второй респондент относит Россию к странам-лидерам в индустрии ИИ.
Чем выше частота использования ИИ, тем выше доля тех, кто включает Россию в список лидеров.

Входит ли Россия в число стран-лидеров в индустрии нейросетей и ИИ-сервисов?



Частота использования →

	3 раза в неделю +	1-2 раза в неделю	3-4 раза в месяц	1-2 раза в месяц	1 раз в 2-3 месяца	1-2 раза за 6 месяцев
ТОП-2	57%	56%	50%	46%	44%	32%
Да, входит в число стран-лидеров	17%	10%	8%	4%	5%	2%
Скорее да, чем нет	41%	46%	42%	42%	39%	30%
БОТТОМ-2	32%	33%	38%	33%	37%	36%
Скорее нет, чем да	25%	26%	31%	25%	26%	23%
Нет, не входит в число стран-лидеров	7%	7%	7%	8%	11%	14%
Не задумывались об этом	10%	11%	12%	21%	18%	32%
База, n	826	656	293	297	143	114

Использование платных версий нейросетей или ИИ-сервисов



Три четверти аудитории используют только бесплатные версии ИИ-сервисов. Использование платных версий больше свойственно для более опытных пользователей ИИ (более двух лет), а также для тех, кто использует нейросети минимум 3 раза в неделю. Отличия наблюдаются и по возрасту – чаще нейросети оплачивают респонденты в возрасте 18-35.

Основная выборка



Давность использования →

	3-4 года	2-3 года	1-2 года	6-12 месяцев	3-6 месяцев	Менее 3 месяцев
Используют платные версии	21%	21%	11%	8%	9%	12%
Оплачивали ранее	15%	20%	17%	14%	9%	6%
Используют только бесплатные	64%	59%	72%	79%	82%	82%
База, n	141	237	672	592	437	249

Возраст

	18-24	25-35	36-45	46-55
Используют платные версии	13%	15%	10%	7%
Оплачивали ранее	21%	16%	10%	8%
Используют только бесплатные	66%	68%	80%	85%
База, n	511	658	640	519

Частота использования →

	3 раза в неделю +	1-2 раза в неделю	3-4 раза в месяц	1-2 раза в месяц	1 раз в 2-3 месяца	1-2 раза за 6 месяцев
Используют платные версии	19%	9%	8%	5%	8%	5%
Оплачивали ранее	16%	14%	13%	12%	10%	4%
Используют только бесплатные	65%	77%	79%	83%	83%	91%
База, n	141	237	672	592	437	249

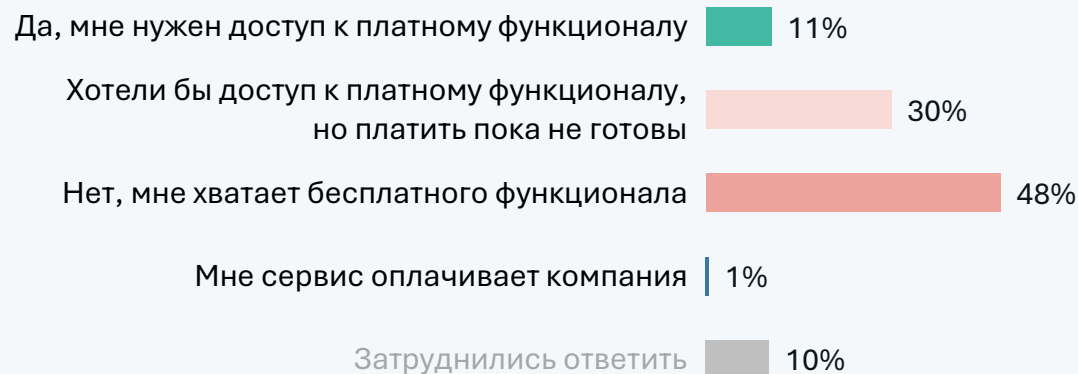
Использование платных версий в будущем



Более половины (57%) текущих платных пользователей намерены продолжать оплачивать ИИ. Среди тех, кто оплачивал нейросети ранее, больше половины (56%) хотели бы платный функционал, но не готовы платить. Пользователи бесплатных версий в основном намерены продолжать использовать текущий формат (58%), хотя четверть заявляла о желании иметь доступ в платному функционалу.

Намерение продолжать или начать оплачивать ИИ

Основная выборка



База, n 2328

Использование платных ИИ

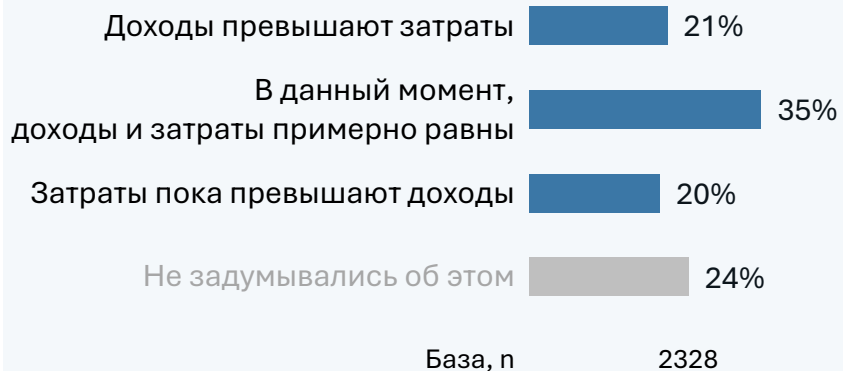
Да	Ранее	Нет
57%	15%	3%
30%	56%	26%
9%	24%	58%
1%	0%	1%
4%	4%	13%
269	319	1740

Сравнение расходов и доходов на нейросети и ИИ-сервисы



По мнению трети аудитории (35%) доходы от нейросетей находятся на уровне расходов на них. Пятая часть считает, что доходы превышают затраты, и также пятая часть, наоборот, оценила доходы меньше затрат. Среди более взрослой аудитории (46-55 и буст) выше доля тех, кто отмечал убыток по сравнению с прибылью.

Основная выборка



Мужчины	Женщины	18-24	25-35	36-45	46-55	Буст: 56-65	Использование платных ИИ		
							Да	Ранее	Нет
22%	20%	24%	23%	21%	16%	10%	34%	25%	18%
35%	35%	43%	38%	29%	31%	28%	41%	49%	32%
23%	17%	13%	18%	22%	26%	32%	15%	17%	21%
20%	28%	19%	22%	28%	28%	30%	10%	9%	29%
1086	1242	511	658	640	519	102	269	319	1740

База: основная выборка, n=2328; буст, n=102

QA4. Как вы думаете, размер затрат российских компаний на создание и улучшение нейросетей и ИИ-сервисов превышает доход с таких сервисов?

a/b - Значимо **выше**, чем в подгруппе

83%/17% - значимо **выше/ниже**, чем в среднем

Оценка изменения нейросетей и ИИ-сервисов за опыт использования



Почти две трети (63%) аудитории отметили улучшение работы нейросетей за время их использования. Каждый десятый, наоборот, заметил ухудшение работы ИИ.

Чем больше опыт использования ИИ, тем выше доля респондентов, согласных с утверждением об улучшении работы нейросетей.



Давность использования →

	3-4 года	2-3 года	1-2 года	6-12 месяцев	3-6 месяцев	Менее 3 месяцев
Стали работать лучше	69%	76%	70%	62%	54%	45%
Не замечали никаких изменений	19%	14%	22%	28%	39%	47%
Стали работать хуже	12%	10%	8%	10%	7%	9%
База, n	141	237	672	592	437	249

Использование нейросетей и ИИ-сервисов



Практически каждый респондент понимает, что результат зависит от запроса (89%), и старается писать его по правилам (86%). Три четверти пишут простые запросы (74%), чуть больше половины (58%) иногда используют готовые промты. Почти две трети (64%) перепроверяют информацию от ИИ. Почти три четверти (72%) заметили, что стали чаще использовать ИИ для разных задач. Аудитория не склонна отправлять нейросетям персональные данные (76%).

Отображено согласие TOP-2 – полностью согласны + скорее согласны

Среднее из 5-ти

Основная выборка



База: основная выборка, n=2328

QA6. Укажите насколько вы согласны со следующими утверждениями об использовании нейросетей и ИИ-сервисов.

83%/17% - значимо **выше/ниже**, чем в среднем

Запросы, с которыми обращаются к нейросетям или ИИ-сервисам [1/2]



Помощь с творческими занятиями и учебой являются топ запросами для ИИ, особенно часто с этими запросами обращаются женщины и самая молодая аудитория. Следующими по популярности запросами является помощь по дому и с технологиями (особенно среди мужчин). У группы 56-65 (буст) к самым популярным запросам также относится помощь с правовыми вопросами.



	Мужчины	Женщины	18-24	25-35	36-45	46-55	Буст: 56-65
Помощь с творческими занятиями	39%	51%	52%	48%	43%	38%	40%
Помощь с учебой, получение новой информации	35%	48%	59%	44%	38%	28%	28%
Помощь по дому	32%	32%	33%	35%	29%	33%	35%
Помощь с технологиями и техникой	40%	25%	30%	33%	30%	36%	38%
Помощь с правовыми вопросами	27%	28%	29%	26%	25%	30%	41%
Помощь с аналитическими или проф. задачами	25%	22%	29%	25%	22%	19%	21%
Помощь с покупками или выбором мест досуга	22%	21%	23%	23%	19%	20%	30%
Помощь с путешествиями или поездками	15%	16%	13%	15%	16%	18%	22%
Другое	5%	5%	4%	4%	4%	6%	3%
База, n	1086	1242	511	658	640	519	102

База: основная выборка, n=2328; буст, n=102

QA7. С запросами на какие темы вы чаще всего обращаетесь к нейросетям или ИИ-сервисам?

a/b - Значимо выше, чем в подгруппе

83%/17% - значимо выше/ниже, чем в среднем

Запросы, с которыми обращаются к нейросетям или ИИ-сервисам [2/2]



Наиболее часто пользующиеся нейросетями обращаются к ИИ с более широким списком запросов, и, наоборот, у менее активных пользователей уже круг вопросов.

Основная выборка



Частота использования →

	3 раза в неделю +	1-2 раза в неделю	3-4 раза в месяц	1-2 раза в месяц	1 раз в 2-3 месяца	1-2 раза за 6 месяцев
	48%	40%	44%	49%	47%	43%
	52%	42%	37%	28%	29%	32%
	39%	35%	29%	23%	20%	17%
	41%	33%	29%	20%	20%	16%
	32%	31%	23%	22%	13%	14%
	32%	24%	24%	11%	13%	9%
	28%	23%	18%	13%	9%	7%
	21%	16%	11%	11%	9%	5%
	6%	4%	4%	3%	6%	4%
	826	656	293	297	143	114

База: основная выборка, n=2328

QA7. С запросами на какие темы вы чаще всего обращаетесь к нейросетям или ИИ-сервисам?

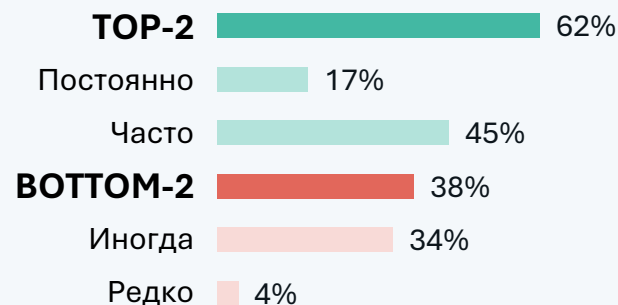
83%/17% - значимо выше/ниже, чем в среднем

Помощь с выбором товаров и услуг



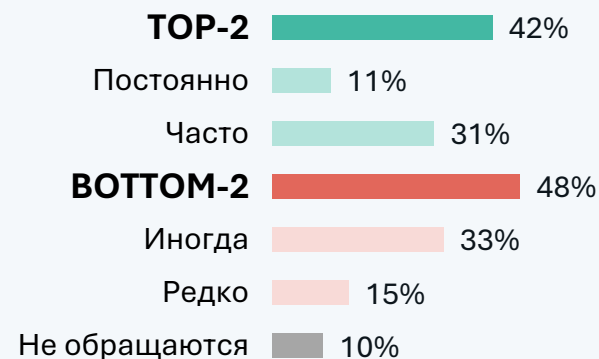
За помощью с покупками или выбором мест для досуга к ИИ на регулярной основе обращаются почти две трети аудитории (62%). Поиск акций и скидков на товары и услуги с помощью ИИ регулярно проводит 42% аудитории, почти половина (48%) обращаются к ИИ с таким запросом время от времени, а каждый десятый в целом не использует нейросети для поиска акций и скидков.

Обращаются к нейросетям или ИИ-сервисам за помощью с покупками или выбором мест досуга



Постоянно чаще всего обращается аудитория 18-24 года (26%); те, кто использует ИИ 3+ раза в неделю (32%); и те, кто пользуется ИИ 3-4 года (45%).

Обращаются к нейросетям или ИИ-сервисам за помощью с поиском акций или скидков при выборе товара или услуги



Постоянно чаще всего обращаются те, кто использует ИИ 3+ раза в неделю (20%), и те, кто пользуется ИИ 3-4 года (26%).

Ожидание рекомендаций конкретных товаров и услуг



Треть аудитории (35%) считает, что встроенные рекомендации товаров и услуг уместны при любых сценариях использования ИИ. Около пятой части могли бы ожидать рекомендации при бытовых вопросах (23%) и выборе места оказания услуг (21%).



Запросы к ИИ

Помощь по дому	Технологии и техника	Творчество	Учеба, новая информация	Путешествия и поездки	Покупки и досуг	Правовые вопросы	Аналитика и работа
31%	29%	21%	24%	28%	27%	25%	23%
24%	27%	21%	23%	33%	26%	27%	30%
15%	20%	21%	18%	21%	20%	19%	21%
13%	17%	15%	16%	29%	21%	19%	20%
12%	16%	12%	13%	30%	17%	17%	19%
42%	40%	38%	38%	33%	38%	41%	36%
2%	3%	4%	3%	2%	2%	3%	4%
8%	6%	12%	10%	5%	5%	6%	8%
752	748	1051	978	361	497	635	552

База: основная выборка, n=2328

QA8p2. В каких сценариях использования нейросетей и ИИ-сервисов вы бы скорее ожидали рекомендаций конкретных товаров или услуг, встроенных в ответ?

83%/17% - значимо выше/ниже, чем в среднем

Отношение к развитию и использованию нейросетей и ИИ-сервисов



Большинство аудитории воспринимают ИИ как помощника, а не как замену специалистам (91%). Преимущественное большинство согласны, что нейросети могут освободить людей от рутинных задач (85%) и помогать развиваться творчески (85%). Аудитория считает, что должны развиваться и нейросети (85%), и сами пользователи, повышая цифровую грамотность (90%).

Отображено согласие TOP-2 – полностью согласны + скорее согласны

Среднее из 5-ти

Основная выборка

Нейросети и ИИ-сервисы должны использоваться как **помощники**, а не как замена специалистам и авторам

4,5



91%

96% - группа 46-55
88% - группа 25-35

Пользователям стоит развивать свою **цифровую грамотность**, чтобы с умом использовать нейросети и ИИ-сервисы

4,4



90%

94% - группа 46-55
85% - группа 18-24

Нейросети и ИИ-сервисы должны **развиваться** и становиться более **совершенными**

4,4



85%

93% - буст 56-65

Нейросети и ИИ-сервисы могут **забрать** на себя часть **рутинных** или **монотонных задач**

4,3



85%

89% - группа 46-55
77% - группа 18-24

Нейросети и ИИ-сервисы могут **помочь** многим людям **развивать творчество и хобби**

4,3



85%

База, n

2328

Намерение использовать ИИ при введении платного использования



Аудитория, которая никогда не использовала платную версию ИИ, поровну разделилась на тех, кто намерен продолжать использование ИИ при введении платного использования, и тех, кто перестанет использовать нейросети при необходимости оплаты. При этом мужчины больше, чем женщины, согласны продолжать платное использование. Отличия также наблюдаются по активности использования ИИ: чем чаще респонденты используют нейросети, тем больше они согласны продолжать использование.

Основная выборка

ТОП-2 49%

Точно продолжат использовать 9%

Скорее продолжат использовать 40%

БОТТОМ-2 51%

Скорее перестанут использовать 36%

Точно перестанут использовать 15%

База, n 2059

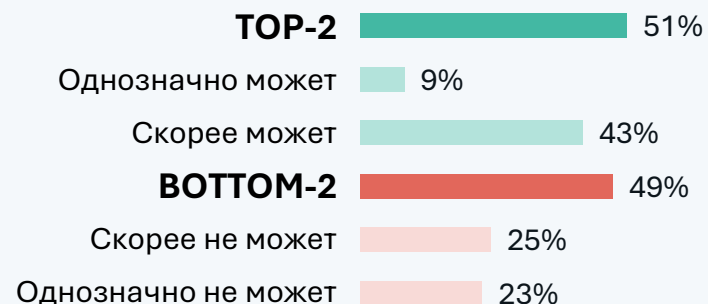
Мужчины	Женщины	Частота использования →					
		3 раза в неделю +	1-2 раза в неделю	3-4 раза в месяц	1-2 раза в месяц	1 раз в 2-3 месяца	1-2 раза за 6 месяцев
54%	44%	56%	51%	45%	42%	45%	24%
10%	8%	13%	10%	4%	5%	6%	2%
44%	36%	42%	41%	41%	37%	39%	22%
46%	56%	44%	49%	55%	58%	55%	76%
31%	40%	32%	35%	42%	42%	32%	44%
14%	16%	12%	14%	13%	17%	23%	31%
963	1095	672	595	268	282	132	109

Реклама в ИИ-сервисах



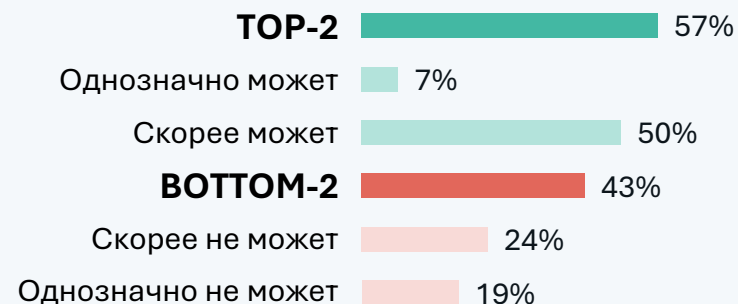
Половина аудитории считает, что в ИИ-сервисах может демонстрироваться реклама, другая половина не считает это уместным. Чуть больше половины (57%) также считают, что реклама в ИИ может органично встроиться в интерфейс.

Может ли в нейросетях и ИИ-сервисах демонстрироваться реклама?



Мужчины чаще женщин отвечали, что реклама однозначно может быть представлена в ИИ (11% vs 6%) и реже – что скорее не может (21% vs 29%).

Может ли реклама в нейросетях и ИИ органично встроиться в интерфейс как в социальных сетях и приложениях?



Мужчины чаще отвечали, что реклама однозначно не может органично встроиться в ИИ (22% vs 16%).

Намерение использовать ИИ при появлении рекламы



Три четверти аудитории продолжают использовать нейросети при появлении в них рекламы, четверть – перестанут (20% - скорее перестанут). Самое низкое намерение продолжать использование среди новичков, однако доля намеренных отказаться от ИИ все равно существенно ниже желающих продолжить использование (35% vs 65%).

Основная выборка

ТОП-2 74%

Точно продолжают использовать 16%

Скорее продолжают использовать 59%

БОТТОМ-2 26%

Скорее перестанут использовать 20%

Точно перестанут использовать 6%

База, n 2238

Давность использования →

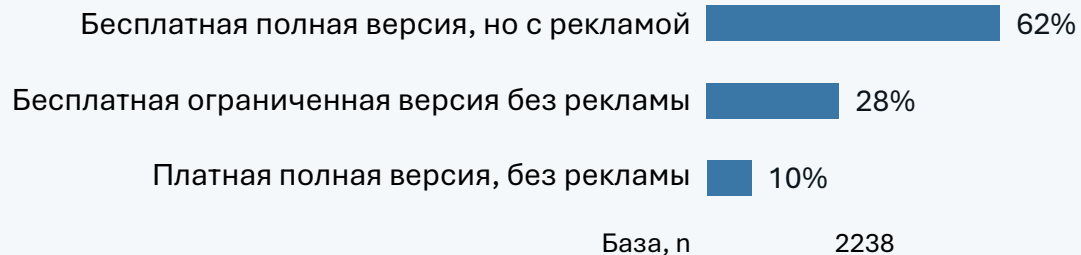
	3-4 года	2-3 года	1-2 года	6-12 месяцев	3-6 месяцев	Менее 3 месяцев
	69%	76%	77%	77%	72%	65%
	20%	24%	16%	15%	12%	12%
	49%	53%	61%	62%	60%	52%
	31%	24%	23%	23%	28%	35%
	20%	17%	18%	19%	21%	26%
	10%	7%	5%	5%	7%	10%
	141	237	672	592	437	249

Наиболее предпочтительный вариант использования нейросетей и ИИ-сервисов



Почти две трети аудитории (62%) предпочтут использовать бесплатную полную версию ИИ, но с рекламой. Бесплатную ограниченную версию, но без рекламы, выбрали чуть больше четверти (28%) респондентов.

Основная выборка



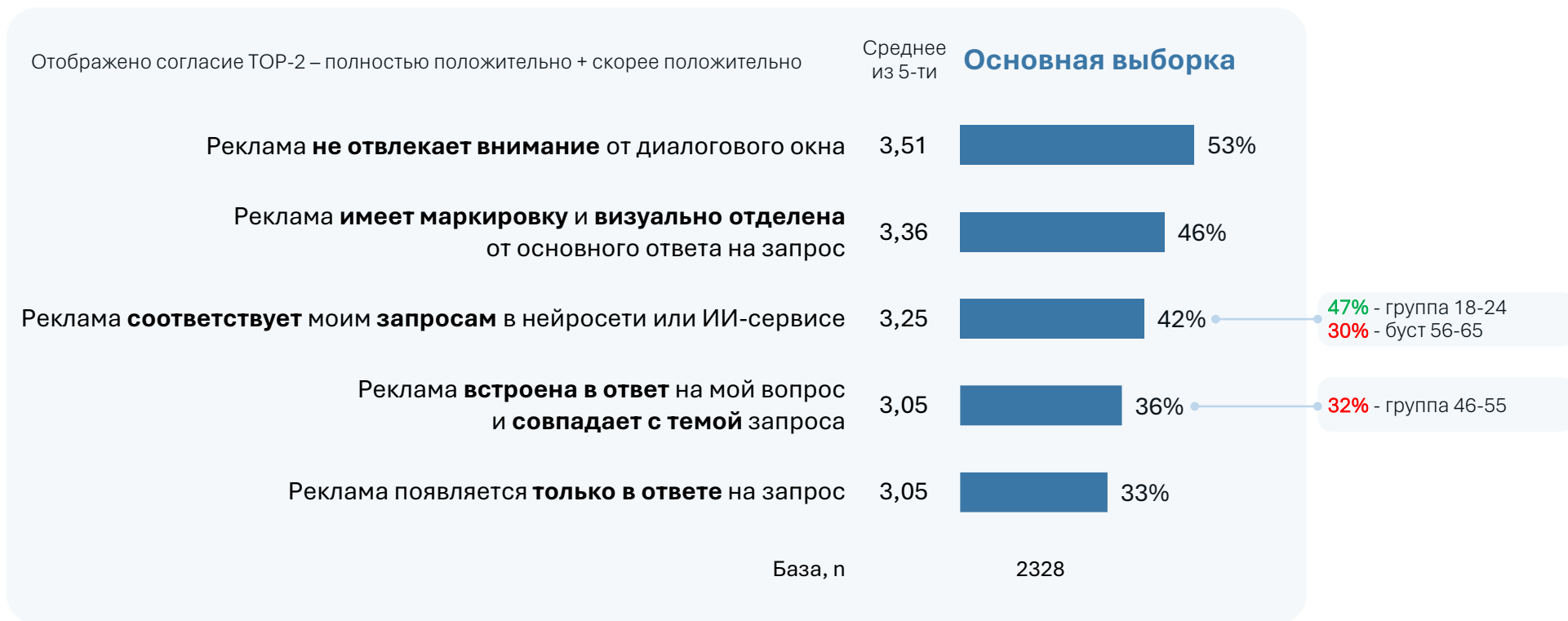
Частота использования →

3 раза в неделю +	1-2 раза в неделю	3-4 раза в месяц	1-2 раза в месяц	1 раз в 2-3 месяца	1-2 раза за 6 месяцев
60%	65%	68%	60%	60%	56%
27%	27%	24%	34%	30%	35%
13%	8%	7%	6%	10%	9%
826	656	293	297	143	114

Отношение к рекламе в нейросети или ИИ-сервисе



Если реклама не отвлекает от диалогового окна, положительно к ней отнесется половина аудитории (53%). 46% положительно воспримут рекламу, если она промаркирована и визуально отделена от ответа на запрос, 42% - если реклама соответствует запросам в ИИ. Треть позитивно отреагируют на рекламу, если она встроена в ответ на запрос и совпадает с его темой.



Плюсы от появления рекламы в нейросетях и ИИ-сервисах



Главными плюсами появления рекламы в ИИ назвали получение дохода, который может быть направлен на обслуживание (33%) и развитие (31%) нейросетей. Кроме того, четверть отметила возможность получения доступа к продвинутым функциям. Помощь рекламы при поиске отметила четверть (27%) респондентов, пятая часть также выделила возможность найти наиболее выгодные варианты покупки.

Основная выборка



Использование платных ИИ

Да	Ранее	Нет	Буст: 56-65
32%	38%	33%	36%
31%	33%	31%	23%
31%	31%	26%	22%
34%	27%	24%	13%
29%	24%	20%	18%
32%	26%	14%	21%
24%	17%	13%	17%
7%	6%	14%	22%
7%	8%	13%	7%
269	319	1740	102

База: основная выборка, n=2328; буст, n=102

QA17. По вашему мнению, какие плюсы могут быть от появления рекламы в нейросетях и ИИ-сервисах?

83%/17% - значимо **выше/ниже**, чем в среднем

Минусы от появления рекламы в нейросетях и ИИ-сервисах [1/2]



Главными минусами рекламы назвали ее свойство отвлекать пользователя (63%) и создание визуального шума (45%). Чуть более трети отметили снижение скорости работы ИИ (38%). Около четверти к недостаткам отнесли предложение неподходящих рекомендаций (27%) и рост импульсивных покупок (23%). Самая молодая группа (18-24) отмечала более широкий список минусов.



	Мужчины	Женщины	18-24	25-35	36-45	46-55
Реклама может отвлекать пользователя	63%	63%	69%	59%	61%	65%
Визуальный шум	39%	51%	54%	48%	40%	40%
Снижение скорости работы ИИ	37%	38%	44%	39%	35%	35%
Нерелевантные рекомендации	27%	27%	28%	29%	26%	26%
Увеличение импульсивных покупок	21%	24%	28%	22%	20%	22%
Затруднились ответить	8%	6%	4%	6%	8%	7%
Ничего из вышеперечисленного	4%	2%	2%	3%	3%	3%
База, n	1086	1242	511	658	640	519

Минусы от появления рекламы в нейросетях и ИИ-сервисах [2/2]



Менее опытные пользователи отмечали чуть меньше минусов от появления рекламы.

Основная выборка



Давность использования →

	3-4 года	2-3 года	1-2 года	6-12 месяцев	3-6 месяцев	Менее 3 месяцев
Реклама может отвлекать пользователя	56%	65%	64%	70%	56%	59%
Визуальный шум	42%	51%	49%	48%	40%	33%
Снижение скорости работы ИИ	43%	37%	40%	40%	32%	36%
Нерелевантные рекомендации	29%	33%	29%	29%	23%	18%
Увеличение импульсивных покупок	21%	26%	25%	22%	20%	21%
Затруднились ответить	9%	3%	6%	5%	9%	9%
Ничего из вышеперечисленного	3%	2%	3%	2%	4%	3%
База, n	141	237	672	592	437	249

База: основная выборка, n=2328

QA18. По вашему мнению, какие минусы могут быть от появления рекламы в нейросетях и ИИ-сервисах?

83%/17% - значимо выше/ниже, чем в среднем

Общие выводы



Общие выводы [1/2]



Использование нейросетей и ИИ-сервисов

- **Средний срок** использования нейросетей – 1,2 года. 45% аудитории используют ИИ как минимум год. Более длительный срок использования ИИ наблюдается среди самой молодой аудитории.
- Чуть больше трети аудитории (35%) **используют** нейросети как минимум **три раза в неделю**, почти две трети – как минимум **раз в неделю**. Чем моложе респонденты, тем чаще они используют нейросети. Чем дольше респонденты используют нейросети, тем чаще они к ним обращаются.
- **Самым популярным ИИ** является Алиса AI (71%), далее с существенным разрывом следуют ChatGPT (42%) и GigaChat (38%), затем - DeepSeek (25%), Шедеврум (16%) и Gemini (15%). Использование других сервисов не превышает 10%. Самая молодая группа (18-24) использует больше разных сервисов, тогда как аудитория 36-55, наоборот, меньше.
- 60% аудитории интересуются **новостями о развитии ИИ**, чуть больше половины (54%) заинтересованы в информации о **разработке и обслуживании** нейросетей. Среди мужчин наблюдается более высокий интерес по сравнению с женщинами. Чем дольше респонденты пользуются ИИ-сервисами, тем больше они заинтересованы в новостях о развитии и обслуживании нейросетей.
- Практически каждый респондент понимает, что **результат зависит от запроса** (89%), и старается писать его **по правилам** (86%). Три четверти пишут **простые запросы** (74%), чуть больше половины (58%) иногда используют **готовые промты**. Почти две трети (64%) **перепроверяют информацию** от ИИ.

Платные версии: использование и отношение к ним

- **Три четверти** аудитории используют только **бесплатные версии** ИИ-сервисов, 12% используют **платную версию на текущий момент**, 14% - **оплачивали ранее**. Использование платных версий больше свойственно для более опытных пользователей ИИ (более двух лет), а также для тех, кто использует нейросети минимум 3 раза в неделю. Отличия наблюдаются и по возрасту – чаще нейросети оплачивают респонденты в возрасте 18-35.
- Больше половины **текущих платных пользователей** (57%) **настроены продолжить оплачивать ИИ**. Среди тех, кто уже пользовался платными нейросетями, 56% хотели бы доступа к расширенному функционалу, но не готовы за него платить. Пользователи бесплатных версий в основном устраивает текущий формат (58%), хотя четверть из них признаются в желании получить платный функционал.
- Среди тех, кто **никогда не платил за ИИ**, **половина готова** продолжать пользоваться нейросетями даже **при введении платы**, а вторая **половина** при таком сценарии **откажется от них**. При этом мужчины чаще женщин согласны переходить на платную модель. Также прослеживается закономерность: чем активнее респонденты используют нейросети, тем выше их готовность платить.

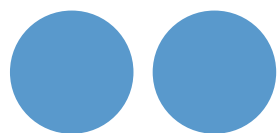
Общие выводы [2/2]




Рекомендации и реклама в нейросетях

- За **помощью с покупками или выбором мест** для досуга к ИИ на регулярной основе обращаются почти две трети аудитории (62%).
- **Поиск акций и скидок** на товары и услуги с помощью ИИ регулярно проводит 42% аудитории, почти половина (48%) обращаются к ИИ с таким запросом время от времени, а каждый десятый в целом не использует нейросети для поиска акций и скидок.
- Мнения аудитории относительно **допустимости рекламы в ИИ-сервисах** разделились поровну: **51% респондентов считают её приемлемой**, 49% — неуместной. При этом 57% опрошенных полагают, что реклама может быть **органично интегрирована в интерфейс** таких сервисов.
- **Три четверти** аудитории **продолжат использовать нейросети при появлении в них рекламы**, четверть – перестанут.
- Почти две трети аудитории (62%) предпочтут использовать бесплатную полную версию ИИ, но с рекламой. Бесплатную ограниченную версию, но без рекламы, выбрали чуть больше четверти (28%) респондентов. Каждый десятый наиболее предпочтительным сценарием назвал полную платную версию, но без рекламы.
- При условии, что **реклама не отвлекает от диалогового окна**, положительное отношение к ней выражают 53% аудитории. 46% респондентов позитивно воспримут рекламу, если она будет **промаркирована и визуально отделена от ответа** на запрос. 42% — при условии **соответствия рекламы содержанию запроса** к ИИ. Треть опрошенных положительно отреагируют на рекламу, **встроенную в ответ нейросети и совпадающую с темой** запроса.
- **Главными плюсами появления рекламы** в ИИ назвали получение дохода, который может быть направлен на обслуживание (33%) и развитие (31%) нейросетей. Кроме того, четверть отметила возможность получения доступа к продвинутым функциям. Помощь рекламы при поиске отметила четверть (27%) респондентов, пятая часть также выделила возможность найти наиболее выгодные варианты покупки.
- **Главными минусами рекламы** назвали ее свойство отвлекать пользователя (63%) и создание визуального шума (45%). Чуть более трети отметили снижение скорости работы ИИ (38%). Около четверти к недостаткам отнесли предложение неподходящих рекомендаций (27%) и рост импульсивных покупок (23%).

Наши



КОНТАКТЫ

 agarmanova@omirussia.ru

 +7 (495) 660 94 15

 [@zapros@omirussia.ru](https://www.instagram.com/zapros)

 www.omirussia.ru

