

Сентябрь 2026

ИССЛЕДОВАНИЕ · РОССИЯ, II КВАРТАЛ 2026

Использование LLM в России — 2026

Единая оценка недельной и дневной аудитории
одиннадцати ИИ-ассистентов, структура задач и
портреты активных пользователей.

Авторы: Никита Худов, Артем Букликов, Анастасия Пименова · geoboost · Период
данных: 2025 — август 2026 · geoboost.pro

Структура отчёта

00	Главные выводы
—	О чём исследование: одна шкала для разных данных
01	Какие модели используют в России
1.1	Недельная аудитория по сервисам
1.2	Как посчитано: карта измерений и четыре шага расчёта
1.3	Интерпретация результатов
02	Для чего используют модели
2.1	Активность и частотность
2.2	Распределение по категориям задач
2.3	Интерпретация результатов
03	Кто использует модели: состав аудитории и портреты
04	Бонус: продажи через LLM
—	Об авторах
A	Методология и предпосылки
B	Источники данных

Использование LLM в России — 2026

Единая оценка недельной и дневной аудитории генеративных ИИ-чатов одиннадцати сервисов, структура задач и портреты активных пользователей — на открытых данных Mediascope, ВЦИОМ, OMI, Яндекса, Similarweb и других источников.

Авторы: Никита Худов, Артем Букликов, Анастасия Пименова · geoboost

Период данных: 2025 — август 2026

Дата выпуска: сентябрь 2026

Объём: ~68 тыс. знаков, 21 рисунков

48,6 млн

Недельная аудитория генеративных ИИ-чатов в России, население 12+

40% населения 12+ обращаются к нейросетям хотя бы раз в неделю; в месяц — 67,9 млн (56%), в день — 12,9 млн (10,6%)

оценка geoboost по ВЦИОМ (июнь 2026) и Mediascope (апрель 2026); при границах предпосылки о подростках (B4) — 48,1–49,1 млн

30,9 млн

Недельная аудитория Алисы AI в России — первое место среди ИИ-сервисов

54% совокупной недельной аудитории одиннадцати ИИ-чатов* и в 3,7 раза больше, чем у ChatGPT (8,2 млн)

модельная оценка аудитории чата с Алисой AI: отчёт Яндекса за II кв. 2026 (33,2 млн еженедельных пользователей чата) × доля России 0,93; не оценка всех поверхностей продукта

×4,7

Во столько раз интенсивнее пользуются ChatGPT в мире, чем Алисой AI

25 сообщений в неделю на недельного пользователя ChatGPT в мире против 5,3 запроса у Алисы AI: охват российского лидера выше, привычка слабее

расчёт geoboost по данным OpenAI (июль 2025) и Яндекса (2025 год); для ChatGPT в России оценка — 18 сообщений, ×3,4

43 %

Дневной аудитории нейросетей — люди моложе 25 лет

в населении 12+ людей 12–24 лет — 17%; их суточный охват нейросетями в 2,6 раза выше среднего по населению

расчёт geoboost по суточным охватам Mediascope по возрастам (апрель 2026)

* Объект измерения — самостоятельные обращения к модели в генеративном ИИ-чате: сайт и приложение, чат внутри других продуктов, Telegram-боты, операторские сервисы; пассивные ИИ-ответы в поиске не включены. Периметр — одиннадцать сервисов: Алиса AI, ChatGPT, DeepSeek, GigaChat, Gemini, Perplexity, Qwen, Grok, Character.AI, Claude, Copilot. Совокупная аудитория — сумма недельных аудиторий сервисов (57,5 млн, один человек может входить в аудиторию нескольких сервисов); уникальных недельных пользователей — 48,6 млн, из них Алисой AI пользуются около 64%. Дневная аудитория — модельная оценка (D7–D8).

Шесть результатов исследования

01

Еженедельно генеративными ИИ-чатами пользуются 48,6 млн человек — 40% населения России 12+

Еженедельно — 48,6 млн (40% населения 12+); ежемесячно — 67,9 млн (56%); ежедневно — 12,9 млн (10,6%). Оценка получена по одиннадцати сервисам на опорный период — II квартал 2026 года — и учитывает измеряемые диалоговые каналы: сайт и приложение, чат внутри продуктов, Telegram-ботов, операторские сервисы; пассивные ответы в поиске не включены. При границах предпосылки о недельном охвате подростков (B4) недельная аудитория — 48,1–49,1 млн. Дневная аудитория — модельная оценка, параметры которой калиброваны к ориентире Mediascope. Оценка сопоставима с данными НИУ ВШЭ и РОМИР (44% населения 18–65 еженедельно) с учётом различий в возрастной базе и выше месячного охвата Mediascope по сайтам и приложениям (50%), который не включает встроенные сценарии и мессенджеры. Расчёт — шаг 1 раздела 1.2; дневная аудитория — предпосылки D7–D8.

02

Алиса AI лидирует по недельному охвату среди ИИ-сервисов в России

Недельная аудитория Алисы AI — 30,9 млн человек: 54% совокупной аудитории одиннадцати сервисов (сумма их аудиторий с пересечениями; расчёт — D12) и около 64% уникальных недельных пользователей рынка — в 3,7 раза больше, чем у ChatGPT, второго при официальной недоступности (8,2 млн). Оценка Алисы AI относится к чату и опирается на отчёт Яндекса: 33,2 млн человек в неделю ведут диалог с Алисой AI в чате — в приложении Алисы, Яндекс Браузере, приложении Яндекса и на сайте; быстрые ответы в Поиске и Станции Яндекс считает отдельно, в оценку они не входят. Панель Mediascope относит чат внутри Браузера и приложения Яндекса к этим продуктам и видит лишь часть аудитории; у ChatGPT около 69% аудитории приходится на каналы, которых панель не видит: доступ через VPN, Telegram-обёртки и операторские сервисы; в двух последних долю ChatGPT приходится задавать предпосылкой.

03

На российском рынке ИИ-сервисов конкурируют три экосистемы: российская, американская и китайская

Российские сервисы — Алиса AI и GigaChat — дают 63% совокупной недельной аудитории одиннадцати сервисов; американские — ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, Grok, Character.AI и Copilot — 24%; китайские — DeepSeek и Qwen — 12%. Индекс Херфиндала — Хиршмана по долям сервисов в совокупной недельной аудитории (с пересечениями) — 3 321; при той же методике для мира — около 5 200, поскольку ChatGPT собирает около 70% недельной аудитории категории. Это мера распределения аудиторий между сервисами, а не рыночной концентрации по уникальным пользователям: один человек входит в аудиторию нескольких сервисов.

04

Охват Алисы AI в России выше, чем у ChatGPT, но частота использования ниже, чем у ChatGPT в мире

На недельного пользователя Алисы AI приходится около 5 запросов в неделю, на недельного пользователя ChatGPT в мире — около 25 сообщений; для российских пользователей ChatGPT оценка — около 18. Дневная аудитория Алисы AI — 20% недельной, у ChatGPT в мире — 55%. Охват лидера создан дистрибуцией, привычка к ежедневному использованию у его аудитории слабее.

05

Поиск информации — самый популярный сценарий использования ИИ-сервисов

Поиск информации возглавляет список задач у всех пяти измеренных сервисов: его называют от 51% до 71% пользователей. Различия начинаются в рабочем контексте: он занимает 37% у Perplexity, 32% у ChatGPT и DeepSeek, 21% у Алисы AI. По логам Яндекса рабочие запросы дают около 10% обращений к Алисе AI.

06

Люди моложе 25 лет — 17% населения 12+ и 43% дневной аудитории нейросетей

Доля людей 12–24 лет в населении 12+ — 17%, в месячной аудитории нейросетей — 27%, в дневной — 43%: чем чаще человек обращается к нейросетям, тем он в среднем моложе. Суточный охват нейросетями среди 12–24-летних в 2,6 раза выше среднего по населению. Состав аудитории по возрасту, полу и сервисам — в разделе 3.

Одна шкала для разных данных

Открытые данные об аудитории нейросетей в России противоречат друг другу, потому что измеряют разное. Это исследование сводит их к единой шкале и добавляет расчётные показатели, которых в источниках нет.

За 2025–2026 годы об использовании нейросетей в России опубликовано больше десяти количественных исследований. Панель Mediascope измеряет охват сайтов и приложений среди населения 12+ и не видит нейросети, встроенные в поиск и мессенджеры. Опросы ВЦИОМ и OMI фиксируют самоотчёт интернет-пользователей 18+ по любому каналу доступа. Digital Budget и Similarweb считают веб-трафик, где один активный пользователь весит многократно больше случайного. Яндекс и Сбер раскрывают собственные метрики без разделения по странам и без единого определения пользователя. Каждый источник корректен в своих рамках, и ни один не отвечает на вопрос, сколько людей пользуется каждым сервисом в обычную неделю.

Расчёт строится в четыре шага. Сначала оценивается общий размер рынка — недельная, месячная и дневная аудитория всех генеративных ИИ-чатов вместе. Затем аудитория распределяется по сервисам двумя разными методами: через опросный охват (OMI, «Билайн.аналитика») и коэффициенты частоты — и через панельные измерения (Mediascope) и трафик (a16z, Similarweb, Digital Budget) с поправкой на невидимые каналы. На последнем шаге добавляются собственные метрики компаний — Яндекса по Алисе AI, Сбера по GigaChat — как третья оценка, и оценки согласуются в итог; диапазон — интервал между ними. На этой базе рассчитаны показатели активности, структура задач и состав аудитории. Все предпосылки пронумерованы и собраны в приложении; расчёт воспроизводим по опубликованным данным.

Объект измерения — генеративные ИИ-чаты: самостоятельные обращения пользователя к модели в диалоговом интерфейсе. В периметр входят сайт и приложение сервиса, чат внутри других продуктов (например, чат с Алисой AI в Яндекс Браузере), Telegram-боты и операторские сервисы доступа. Не входят пассивные ИИ-ответы в поиске — быстрые ответы Алисы AI под поисковой строкой Яндекс считает отдельной метрикой (49,5 млн пользователей в месяц во II квартале 2026 года), и с аудиторией чата они не суммируются, — а также голосовые устройства и другие поверхности, где самостоятельный диалог с моделью нельзя выделить. Корпоративное использование через API и генераторы изображений (Шедеврум, Kandinsky, Midjourney) в оценку аудитории не входят. Опорный период — II квартал 2026 года; источники относятся к разным датам: основные данные об аудитории — к октябрю 2025 — июлю 2026 года, трендовые сверки и данные об интенсивности — к 2025 году, данные о вовлечённости веб-версий и о покупках — к августу 2026 года. Поэтому итог — модельная оценка на опорный период, а не измерение одного квартала; данные приведены по состоянию на конец августа 2026 года.

Единая метрика для одиннадцати сервисов

Лидер рынка зависит от того, что именно считать. По самоотчёту лидирует Алиса AI, по веб-трафику — ChatGPT, по охвату населения среди зарубежных сервисов — DeepSeek. Раздел приводит все измерения к одной величине — числу людей, пользующихся сервисом в обычную неделю.

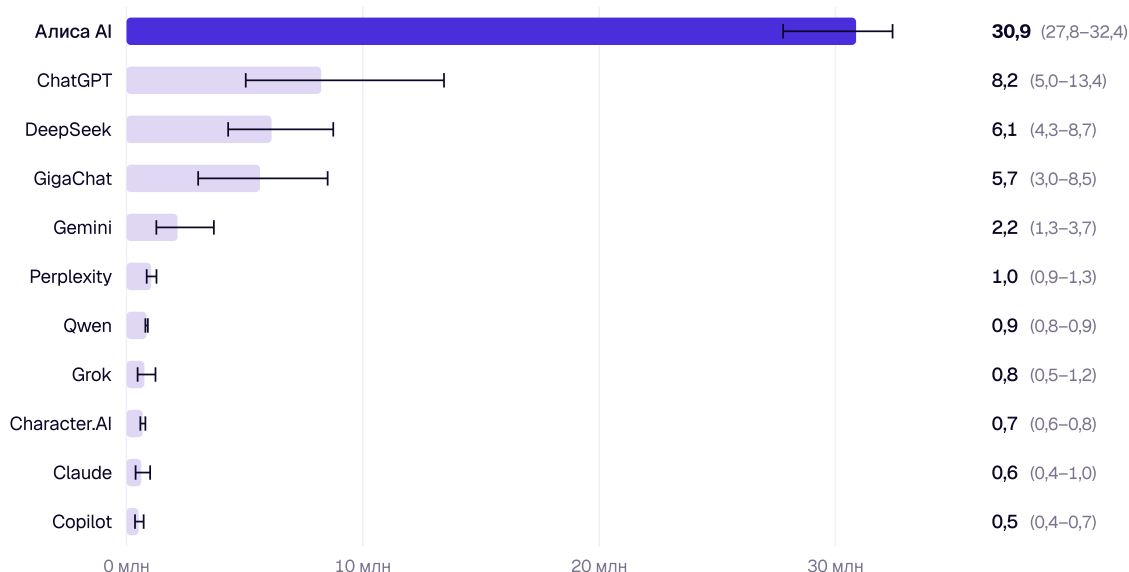
1.1. Недельная аудитория по сервисам

Три показателя ниже — число уникальных людей 12+, которые сами обратились хотя бы к одному генеративному ИИ-чату за месяц, за неделю и за день (MAU, WAU и DAU — monthly, weekly и daily active users). Каждый человек учтён один раз, сколькими бы сервисами он ни пользовался. На графике под плашками — недельная аудитория каждого сервиса в отдельности; сумма по сервисам больше числа уникальных пользователей, потому что один человек за неделю обращается в среднем к 1,18 сервиса. Серые строки в плашках — как получено число и с чем оно сопоставлено.



Недельная аудитория генеративных ИИ-чатов в России, II квартал 2026

Млн человек 12+, пользовавшихся сервисом в обычную неделю, в доступных измеряемых диалоговых каналах: приложение и сайт, чат внутри других продуктов, Telegram-боты, доступ через VPN и операторские сервисы. Пассивные ИИ-ответы в поиске не включены. Столбец — итоговая оценка, полученная согласованием методов; отрезок — интервал между оценками методов: сценарный разброс, не доверительный интервал. Метод А: доля сервиса среди пользователей ИИ по опросу × доля еженедельно активных. Метод В: панель Mediascope и трафик плюс каналы, которых измерители не видят. Метод V: отчётность компаний. Алиса AI — модельная оценка российской аудитории чата с Алисой AI по отчёту Яндекса за II квартал 2026 года (33,2 млн еженедельных пользователей чата) за вычетом 7% пользователей вне России; это не оценка всех поверхностей продукта; диапазон — от -10% до +5% (C4). Модельная оценка на опорный период: источники относятся к разным датам (октябрь 2025 — июль 2026, см. карту измерений), панельные значения приведены к опорному периоду трендами D1, D4 и D5.



Расчёт geoboost; методика — раздел 1.2, предпосылки — приложение А (блоки В–D). Данные: ВЦИОМ (июнь 2026), ОМI (март 2026), «Билайн.аналитика» (I кв. 2026), Mediascope (октябрь 2025, апрель 2026), Яндекс (отчёт за II кв. 2026), Сбер (2025), a16z и Similarweb (январь и июль 2026), Digital Budget (2025), Telegram-аналитика (июль 2026).

Рынок устроен как пирамида с одним широким основанием. **Алиса AI собирает 30,9 млн человек в неделю** — половину совокупной аудитории сервисов и в 3,7 раза больше, чем ChatGPT. Это единственная оценка, которая опирается на отчёт самой компании (аудитория чата, не всех поверхностей продукта), поэтому её диапазон узкий. ChatGPT держит второе место вопреки официальной недоступности, и именно его оценка самая неопределённая: измерители видят от шестой части до трети его аудитории, остальное приходит через VPN, Telegram-обёртки и операторские сервисы; в двух последних каналах долю ChatGPT приходится задавать предпосылкой — отсюда широкий отрезок на графике: без универсальных каналов метод В даёт 3,3 млн в неделю, метод А — 13,4 млн.

DeepSeek и GigaChat почти равны по величине, но это разные истории. Аудиторию DeepSeek панель видит почти целиком — и видит, как его веб-визиты из России за первое полугодие 2026 года сократились втрое. GigaChat — единственный сервис с тремя оценками: опрос даёт 8,5 млн, панель с невидимыми каналами — 3,0, данные Сбера с поправкой на низкую интенсивность — 7,0; итог 5,7 млн — их геометрическое среднее (как именно — в разделе 1.2). Дальше идёт хвост: Gemini, затем Qwen и Perplexity по миллиону и четыре сервиса меньше миллиона; панельных данных по ним почти нет, и порядок внутри хвоста условен. Оценка Gemini относится к периоду до 14 августа 2026 года, когда

Google ограничил доступ к сервису из России, включая обход через VPN; эта аудитория, вероятно, разойдётся между ChatGPT через операторские каналы, DeepSeek и Алисой AI [33].

Совокупная аудитория одиннадцати сервисов — сумма их недельных аудиторий, в которой человек с несколькими сервисами учтён несколько раз, — 57,5 млн при 48,6 млн уникальных пользователей: **в обычную неделю один человек обращается в среднем к 1,18 сервиса**. Первое место не зависит от предпосылок. Второе ChatGPT удерживает внутри каждого из методов при сценарной доле 0,6 в универсальных каналах; в сценарии «только прямой доступ» метод В даёт 3,3 млн — меньше, чем у DeepSeek (4,3 млн по тому же методу), — поэтому интервалы оценок ChatGPT, DeepSeek и GigaChat пересекаются и второе — четвёртое места могут меняться. Российские сервисы дают 63% совокупной недельной аудитории, американские — 24%, китайские — 12%.

1.2. Как посчитано

Ниже — семь основных измерений по восьми сервисам. Столбцы не складываются и не сравниваются между собой напрямую: у каждого свой знаменатель, период и канал. Именно из-за этого ChatGPT занимает первое место по веб-трафику и четвёртое по панельному охвату, а Алиса AI — первое по опросам и пятое по трафику. Трафик с учётом мобильных приложений (a16z по данным Similarweb и Sensor Tower, январь 2026) даёт ту же картину: DeepSeek 28%, ChatGPT 27%, Алиса AI 10%, GigaChat 9%. В расчёте участвуют все семь измерений: каждое либо входит в один из методов, либо служит проверкой его предпосылок.

Карта измерений: один рынок, семь оптик

Число в круге — значение в единицах столбца; заголовок столбца называет источник, период, единицу измерения и базу. Размер и насыщенность круга — значение относительно максимума в столбце. Первые три столбца считают людей: OMI и Билайн — долю пользователей ИИ, у которых есть сервис (человек мог назвать несколько сервисов, поэтому сумма долей в столбце больше 100%), Mediascope — долю населения. Следующие три считают визиты, а не людей: Digital Budget и a16z — долю сервиса в трафике (у a16z сумма по всем чат-ботам страны — 100%, сервисы без отдельного сегмента, включая Claude, — меньше 1%), Similarweb — число визитов на сайт. Последний столбец — отчёты компаний в их собственных определениях. Прочерк — источник не публиковал значение для сервиса: Билайн раскрыл три сервиса, Similarweb за январь 2026 — три. Столбцы не складываются и не сравниваются между собой напрямую.

	OMI март 2026 % пользователей ИИ с сервисом за 6 месяцев	Билайн I кв. 2026 % пользователей ИИ с трафиком сервиса, моб. сеть	Mediascope окт. 2025 % населения 12+ с сайтом или приложением	Digital Budget янв.–окт. 2025 % визитов, веб 12 ИИ-платформ визиты, не люди	a16z янв. 2026 % трафика чат-ботов в РФ сумма = 100%	Similarweb янв. 2026 млн визитов из России, веб визиты, не люди	Яндекс / Сбер отчёты млн человек WAU чата, II кв. 2026 MAU, 2025 год
Алиса AI	71	67	14,3	5,7	9,9	11,7	33,2
ChatGPT	42	7	3,5	39,9	27,4	34,5	—
GigaChat	38	—	4	7,3	9,2	—	20
DeepSeek	25	29	9,4	27,8	28,2	33,9	—
Gemini	15	—	—	—	8	—	—
Perplexity	4	—	1,4	—	6,8	—	—
Qwen	4	—	—	6,6	7,2	—	—
Claude	3	—	—	—	—	—	—

Источники: OMI, интернет-опрос, поле 16–23.03.2026, n=2328, пользователи ИИ за 6 месяцев 18–55 лет (буст 56–65, n=102, в расчёте не используется) [4]; «Билайн.аналитика», I кв. 2026, доля среди пользователей ИИ в мобильной сети оператора [18]; Mediascope Cross Web, октябрь 2025, месячный охват сайтов и приложений без интеграций [5]; Digital Budget, январь–октябрь 2025, доли входящего веб-трафика 12 ИИ-платформ без мобильных приложений [19]; a16z, диаграмма «AI Chatbot Market Share by Country», веб- и мобильный трафик за январь 2026, данные Similarweb и Sensor Tower, значения сняты с диаграммы (±0,5 п.п.) [23]; Similarweb, визиты из России за январь 2026 [21]; Яндекс — отчёт за II кв. 2026, еженедельные пользователи чата с Алисой AI [9]; Сбер — MAU GigaChat по итогам 2025 года (пересказ годового отчёта) [16].

Кто есть кто в измерениях

Семь оптик принадлежат источникам пяти типов: опросы, данные операторов и панели считают людей, веб-аналитика и построенные на ней отчёты считают визиты, компании раскрывают собственные метрики. Ниже — кто стоит за каждым столбцом карты, что именно он измеряет и где используется в расчёте.

OMI (Online Market Intelligence)

опрос · самоотчёт · база: пользователи ИИ 18–55

Исследовательская компания с собственной онлайн-панелью. В марте 2026 года опросила 2328 человек 18–55 лет, обращавшихся к нейросетям за последние 6 месяцев (плюс буст 56–65 лет, n=102, который в расчёте не используется): какими сервисами пользовались, как часто, для чего. Учитывает любой канал доступа, включая VPN и мессенджеры, но знаменатель — пользователи ИИ, а не население: «Алиса AI 71%» означает 71% пользователей нейросетей, а не россиян [4].

В расчёте: доли сервисов среди пользователей ИИ — основа метода А; частота и состав аудитории — разделы 2 и 3.

«Билайн.аналитика»

данные оператора · мобильный трафик · база: пользователи ИИ среди абонентов

Аналитическое подразделение оператора связи. Оценка построена на агрегированных обезличенных данных мобильной сети за I квартал 2026 года: доля пользователей ИИ-сервисов, у которых зафиксирован трафик каждого сервиса, — та же база «пользователи ИИ», что у OMI, но измеренная, а не опрошенная. Видит только мобильный интернет своих абонентов и не распознаёт доступ через VPN и Telegram [18].

В расчёте: доли Алисы AI и DeepSeek усреднены с OMI (69% и 27%, метод А); доля ChatGPT 7% против 42% у OMI — мера невидимости VPN-доступа для операторов (метод В).

Mediascope

панель · охват сайтов и приложений · база: население 12+

Уполномоченный измеритель аудитории в России. Проект Cross Web фиксирует, какие сайты и приложения открывали участники панели, и пересчитывает результат на население 12+. Единственный источник, где знаменатель — всё население. Не относит к ИИ-сервисам ответы Алисы AI в Поиске и Браузере, Станции, ботов в Telegram и помощника в СберБанк Онлайн; разбивка по сервисам публиковалась за октябрь 2025 года [5] [7].

В расчёте: размер рынка (шаг 1) и панельный охват сервисов — основа метода В; коэффициент видимости каналов.

Digital Budget

веб-аналитика · доля трафика · база: трафик 12 ИИ-платформ

Российское агентство интернет-аналитики. Считает входящий десктопный и мобильный веб-трафик двенадцати ИИ-платформ за январь–октябрь 2025 года без мобильных приложений; результат — доля каждого сервиса в общем трафике. Измеряет визиты, а не людей: один активный пользователь весит многократно больше случайного, а сервисы, живущие в приложениях и интеграциях, недооценены [19].

В расчёте: рост веб-трафика сервисов за 2025 год (рынок ×6, ChatGPT ×3,5, GigaChat ×13) — проверка трендов D1, D4 и D5.

a16z (Andreessen Horowitz)

отчёт венчурного фонда · трафик веб + приложения · база: трафик чат-ботов в стране

Венчурный фонд, дважды в год публикующий рейтинг «Топ 100 Gen AI Consumer Apps». В шестом издании (март 2026) приведена диаграмма долей чат-ботов по странам за январь 2026 года: веб-визиты по Similarweb плюс активность мобильных приложений по Sensor Tower. Единственная оптика, где веб и приложения сложены вместе; значения для России сняты с диаграммы с точностью $\pm 0,5$ п.п. [23].

В расчёте: трафик-эквивалент сервисов (1 п.п. $\approx 1,26$ млн визитов в месяц) — оценка аудитории Gemini, Qwen и Grok, верхняя граница для Claude (метод В); справочный расчёт визитов на пользователя у DeepSeek, GigaChat и Perplexity — в проверке аудитории не используется.

Similarweb

веб-аналитика · визиты по доменам · база: трафик сайта

Платформа оценки веб-трафика: моделирует посещаемость доменов по данным панели, провайдеров и собственных измерений. Даёт число визитов из России на сайт сервиса и долю страны в мировом трафике домена. Не видит приложения и встроенные сценарии, поэтому для Алисы AI и GigaChat отражает лишь малую часть использования; для зарубежных сервисов частично теряет трафик через VPN [20] [21].

В расчёте: масштаб трафика a16z (визиты ChatGPT из России в январе 2026), тренд DeepSeek (визиты из России –69% с января по лето 2026), трафик Qwen; для прямой аудитории ChatGPT — только ограничение: визиты через VPN не атрибутируются России (метод В).

Вендоры: Яндекс и Сбер

отчёты компаний · собственные метрики · база: все пользователи продукта

Яндекс в отчёте за II квартал 2026 года раскрыл недельную аудиторию чата с Алисой AI — 33,2 млн человек без разбивки по странам (чат в приложении Алисы, Яндекс Браузере, приложении Яндекса и на сайте alice.yandex.ru; быстрые ответы в Поиске и Станции компания считает отдельно); Сбер по итогам 2025 года сообщил о месячной аудитории GigaChat более 20 млн человек и 800 млн запросов за год (известно по пересказу годового отчёта). Метрики компаний считаются по собственным правилам, между собой не сопоставимы и не проверяются независимо, но это единственные прямые данные о числе людей [9] [16].

В расчёте: Яндекс — якорь для Алисы AI и калибровка коэффициента недельной частоты f ; Сбер — третья оценка недельной аудитории GigaChat (метод V) и её интенсивность: 4,8 запроса на пользователя в месяц.

Четыре шага расчёта

Расчёт идёт сверху вниз — от размера рынка к сервисам — и снизу вверх — от измерений и трафика к рынку; отчёты компаний дают третью точку, итог согласует все три. В каждом блоке: исходные данные, формула, принятые предпосылки (нумерация — по приложению A), результат и сверки с внешними ориентирами.

1

Размер рынка

Сколько людей 12+ обращаются к нейросетям в неделю, в месяц и за полгода — по всем сервисам вместе.

ДАННЫЕ

- Mediascope: 105 млн месячной интернет-аудитории, из них взрослые 18+ — 95,3 млн [8]
- ВЦИОМ (июнь 2026, $n=3209$): 78% интернет-пользователей 18+ обращались к нейросетям за год; среди них 58% — еженедельно, 23% — 1–3 раза в месяц [1]
- Mediascope (апрель 2026): подростки 12–17 — 77% в месяц, 30% в сутки [7]

РАСЧЁТ

Взрослые, неделя: $95,3 \times 0,78 \times 0,58 = 43,1$ млн

Взрослые, месяц: $95,3 \times 0,78 \times (0,58 + 0,23) = 60,2$ млн

Подростки, неделя: $10,0 \times 0,55 = 5,5$ млн · месяц: $10,0 \times 0,77 = 7,7$ млн

ПРЕДПОСЫЛКИ	58% — доля среди пользователей нейросетей, а не среди всех интернет-пользователей, поэтому она умножается на 78% (B1–B2) - Недельный охват подростков 12–17 — сценарная предпосылка, не данные Mediascope: измерены месячный (77%) и суточный (30%) охваты. Ориентир — частота группы 18–24 по ОМІ (74% пользователей ИИ обращаются еженедельно) при 6-месячном охвате 82%: $\approx 61\%$; принято 55% (50–60%) с поправкой на завышение частоты в самоотчёте. База подростков — 10,0 млн (A1–A2). При границах предпосылки недельная аудитория рынка — 48,1–49,1 млн (B4) - База за 6 месяцев — 90% годовых пользователей (B3)
РЕЗУЛЬТАТ	48,6 млн в неделю (40% населения 12+), 67,9 млн в месяц, 75,1 млн за полгода.
ОРИЕНТИРЫ	- НИУ ВШЭ и РОМИР (май 2026): 44% населения 18–65 еженедельно — 38,6 млн; в модели 43,1 млн взрослых 18+. Базы различаются по возрасту (18+ и 18–65), поэтому оценки сопоставимы по порядку, но напрямую не сравниваются [35] - Mediascope, апрель 2026: 50% населения 12+ в месяц по сайтам и приложениям — 61,0 млн; в модели 67,9 млн в измеряемых диалоговых каналах, включая чат внутри других продуктов, Telegram-ботов и операторские сервисы, которых панель не видит [7]

Метод А — опросный охват × частота

Распределить полугодовую базу пользователей по сервисам и перевести её в недельную аудиторию.

ДАННЫЕ	- ОМІ (март 2026, n=2328): доля пользователей ИИ, обращавшихся к сервису за 6 месяцев, — от 71% у Алисы AI до 3% у Claude, Character.AI и Copilot [4] «Билайн.аналитика» (I квартал 2026): среди пользователей ИИ в мобильной сети трафик Алисы AI есть у 67%, DeepSeek — у 29%, ChatGPT — у 7% [18] - Яндекс: 33,2 млн еженедельных пользователей чата с Алисой AI, II квартал 2026 [9]
РАСЧЁТ	WAU сервиса = база сервиса за 6 месяцев × f база сервиса = взрослые 66,9 млн × доля сервиса среди пользователей ИИ + подростки 8,2 млн × доля в группе 18–24 (для Алисы AI и DeepSeek — с той же поправкой Билайна) доля сервиса — ОМІ; для Алисы AI и DeepSeek — среднее ОМІ и Билайна: $(71 + 67) / 2 = 69\%$, $(25 + 29) / 2 = 27\%$ базы: Алиса AI 51,3 млн, ChatGPT 33,6, GigaChat 28,4, DeepSeek 21,9, Gemini 12,3 f — доля полугодовых пользователей сервиса, активных в среднюю неделю
ПРЕДПОСЫЛКИ	- Опрос и трафик оператора измеряют одну базу — пользователей ИИ; для сервисов, доступных без VPN, оба измерения независимы и усредняются (C5) - Для ChatGPT доля Билайна не усредняется: 7% против 42% показывает, что оператор видит лишь шестую часть его пользователей, — это мера невидимости VPN и Telegram, а не охвата - Для Алисы AI f калибруется по отчёту Яндекса: $30,9 / 51,3 = 0,60$ - Класс «основной инструмент» (ChatGPT, DeepSeek, Perplexity, Claude): f = 0,40 (0,30–0,50); класс «второй выбор» (GigaChat, Gemini, Qwen, Grok, Copilot, Character.AI): 0,30 (0,22–0,38) (C3) - Подростки 12–17 получают профиль группы 18–24 (C2)
РЕЗУЛЬТАТ	ChatGPT 13,4 млн, DeepSeek 8,7, GigaChat 8,5, Gemini 3,7. Метод завышает сервисы, которые многие пробовали, но мало кто использует регулярно.

Метод В — измерения, трафик и невидимые каналы

Получить оценку снизу — от панели и трафика, дополненных каналами, которых измерители не видят.

ДАННЫЕ

- Mediascope (октябрь 2025), месячный охват сайтов и приложений: Алиса AI 14,3% населения 12+, DeepSeek 9,4%, GigaChat 4,0%, ChatGPT 3,5%, Perplexity 1,4%, Character.AI 0,8% [5]
- a16z (январь 2026), доля трафика чат-ботов в России, веб и приложения: DeepSeek 28%, ChatGPT 27%, Алиса AI 10%, GigaChat 9%, Gemini 8%, Qwen 7%, Perplexity 7%, Grok 3%, Claude — меньше 1% [23]
- Similarweb, визиты из России: январь 2026 — ChatGPT 34,5 млн, DeepSeek 33,9, Алиса AI 11,7; май-июль 2026, в месяц — DeepSeek 10,6, chat.qwen.ai 3,8, giga.chat 2,9 [21] [20]
- Digital Budget: веб-трафик ИИ-платформ за 2025 год вырос в 6 раз, ChatGPT — в 3,5 раза, GigaChat — в 13 раз [19]
- Невидимые каналы: универсальные ИИ-боты в Telegram — 13,2 млн MAU в мире [30]; операторские сервисы доступа без VPN [34]; помощник в СберБанк Онлайн — 6,4 млн человек за семь месяцев [17]

РАСЧЁТ

С панельными данными: $MAU = \text{панельный охват} \times \text{тренд к II кв. 2026} + \text{невидимые каналы}$

Без панельных данных: $MAU = \text{трафик-эквивалент a16z} \div \text{визитов на пользователя в месяц (1 п.п. диаграммы = 1,26 млн визитов; 4 визита)}$

$WAU = MAU \times (WAU/MAU \text{ по типу сервиса})$

ChatGPT (сценарий с долей ChatGPT 0,6 в универсальных каналах): $4,27 \times 1,3 + (13,2 \times 0,55 \times 0,8 + 1,0) \times 0,7 \times 0,6 = 8,4 \text{ млн MAU} \times 0,60 = 5,0 \text{ млн}$; сценарий «только прямой доступ» — $5,6 \text{ млн MAU} \times 0,60 = 3,3 \text{ млн}$

GigaChat: $4,88 \times 1,3 + (2,3 + 1,0) \times 0,7 = 8,7 \text{ млн MAU} \times 0,35 = 3,0 \text{ млн}$

Gemini: $10,1 \div 4 = 2,5 \text{ млн MAU} \times 0,50 = 1,3 \text{ млн}$

ПРЕДПОСЫЛКИ

- ChatGPT: тренд прямого доступа 1,3 (D1). Универсальные каналы — Telegram-обёртки и операторские сервисы — дают доступ к нескольким моделям и не публикуют статистику по ним, поэтому их аудитория сначала приводится к людям (боты: российская доля 0,55, пересечение между ботами 0,8 — D2; операторы 1,0 млн — D3; для обоих каналов пересечение с прямой аудиторией 30%), а затем ChatGPT получает сценарную долю 0,6 (0,4–0,8) — по доле ChatGPT среди зарубежных моделей в OMI (D3). Остаток универсальных каналов, около 1,9 млн MAU, по моделям не распределяется
- DeepSeek: тренд 0,75 — по падению визитов из России с января по лето 2026 и загрузок (D4)
- GigaChat: рост панельного охвата 1,3, помощник в СберБанк Онлайн 2,3 млн, Салют и Telegram-бот 1,0 млн (D5)
- WAU/MAU от 0,35 до 0,62 по типу сервиса (D6); для сервисов без панели — 4 (3–6) визита на пользователя в месяц, между DeepSeek (3,1) и Perplexity (5,0) (D9)
- Copilot — экспертная оценка: измерений нет

СВЕРКИ

- Масштаб диаграммы a16z, заданный по ChatGPT, сверен по второму сервису: DeepSeek — 35,5 млн визитов-эквивалентов по a16z против 33,9 млн визитов по Similarweb (+5%)
- Отношение трафика ChatGPT к DeepSeek снизилось с 1,44 (2025, веб) до 0,97 (январь 2026, веб и приложения) — в направлении трендов D1 и D4
- Трафик на пользователя по панельным сервисам растёт от сервиса «второго выбора» к «основному инструменту»: GigaChat 2,4, DeepSeek 3,1, Perplexity 5,0, ChatGPT 8,1 визита в месяц (для ChatGPT величина производная от панельной аудитории и как проверка не используется)
- Прямая аудитория ChatGPT по трафику не проверяется: 34,5 млн визитов из России при независимой мировой норме 22 визита на пользователя дают 1,6 млн человек против 4,3 млн по панели — визиты через VPN приписываются другим странам, поэтому Similarweb занижает российскую аудиторию; расхождение — ограничение данных, а не подтверждение

РЕЗУЛЬТАТ

ChatGPT 5,0 млн, DeepSeek 4,3, GigaChat 3,0, Gemini 1,3, Qwen 0,8. Метод занижает сервисы, основная аудитория которых приходит через VPN, мессенджеры и встроенные сценарии.

Данные вендоров и согласование

Добавить отчёты компаний как третью оценку, свести методы в один итог и сверить его с внешними ориентирами.

ДАННЫЕ

- Яндекс: 33,2 млн еженедельных пользователей чата с Алисой AI, II квартал 2026 [9]; Similarweb: 92,97% визитов alice.yandex.ru — из России [20]
- Сбер: месячная аудитория GigaChat более 20 млн человек и более 800 млн запросов за 2025 год [16]
- Яндекс, декабрь 2025: 4,5 млн пользователей Алисы AI в день при 19 млн в неделю в чате [12] [11]

РАСЧЁТ

Метод V — Алиса AI: $33,2 \times 0,93 = 30,9$ млн (аудитория чата, не всех поверхностей продукта; метод A калибруется на неё, метод B для Алисы AI не строится)

Метод V — GigaChat: $20 \text{ млн MAU} \times \text{WAU/MAU } 0,35 = 7,0 \text{ млн}$; диапазон: $20 \times 0,25 = 5,0 \text{ млн}$ — $24 \times 0,45 = 10,8 \text{ млн}$ (верх — с ростом MAU на 20%)

Итог = геометрическое среднее оценок A, B и V; диапазон — от меньшей к большей из них
 $\text{DAU} = \text{WAU} \times (\text{DAU/WAU по типу сервиса}) \cdot \text{MAU} = \text{WAU} \div (\text{WAU/MAU})$

ПРЕДПОСЫЛКИ

- Вендорская база GigaChat собрана из всех поверхностей — сайт и приложение, Салют, Telegram-бот, помощник в СберБанк Онлайн — и включает разовые обращения: 800 млн запросов при средней за год аудитории около 14 млн (F3) дают 4,8 запроса на пользователя в месяц против 14 у Алисы AI и около 88 у ChatGPT в мире
- Поэтому WAU/MAU для GigaChat — 0,35 (0,25–0,45), ниже класса «второй выбор» (D6, D10)
- Доля России в аудитории Алисы AI — 0,93; диапазон её оценки — от -10% до +5% (C4)
- DAU/WAU: Алиса AI 0,20, GigaChat 0,15, ChatGPT 0,40 против 0,55 в мире, остальные 0,30–0,50 (D7) [27]

РЕЗУЛЬТАТ

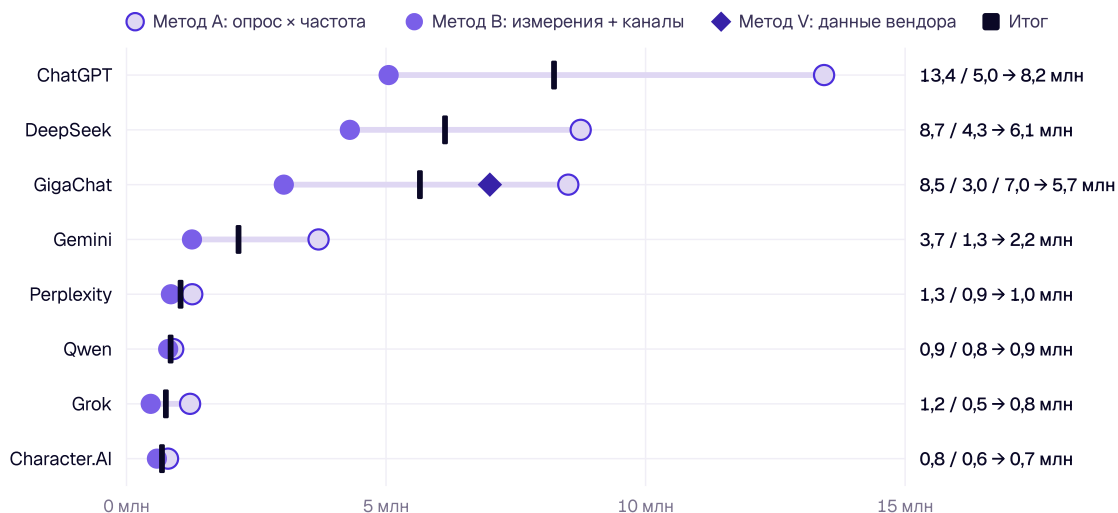
ChatGPT 8,2 млн (5,0–13,4), DeepSeek 6,1 (4,3–8,7), GigaChat 5,7 (3,0–8,5), Gemini 2,2 (1,3–3,7); полная таблица — в разделе 1.1.

СВЕРКИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

- Сумма недельных аудиторий сервисов (57,5 млн) превышает число уникальных пользователей (48,6 млн) в 1,18 раза — правдоподобный уровень использования нескольких сервисов
- Расчётная месячная аудитория Алисы AI (49,8 млн) сопоставима с 71% месячной аудитории рынка (48,2 млн; ориентир, поскольку 71% — охват за 6 месяцев)
- Месячная аудитория GigaChat по определению исследования — 16,1 млн против более 20 млн у Сбера: разница — разовые обращения и поверхности вне периметра
- Дневная аудитория — модельная оценка: 12,9 млн (10,6% населения 12+) получены из недельных аудиторий сервисов через сценарные коэффициенты DAU/WAU (D7) и пересечение 1,12 (D8). Параметры калиброваны к ориентиру Mediascope — 11% в сутки (13,4 млн); это не независимая верификация. Сценарный разброс при границах D7–D8 — 8,9–18,2 млн; сумма по возрастным группам Mediascope — 14,3 млн
- Чувствительность к границам предпосылок внутри методов — того же порядка, что разброс между методами: ChatGPT 5,4–12,0, DeepSeek 4,1–8,5, GigaChat 3,1–7,4 млн [9] [12] [7] [16]

Два метода, данные вендора и итог

Недельная аудитория, млн. Метод А завышает сервисы с высоким «пробным» охватом, метод В занижает сервисы с невидимыми каналами; для GigaChat третья оценка — данные Сбера с поправкой на интенсивность. Итог — геометрическое среднее оценок; их разброс — диапазон на графике раздела 1.1 (Алиса AI не показана: все её оценки опираются на отчёт Яндекса).



Расчёт geoboost. Метод А: 6-месячная база пользователей × доля сервиса (ОМ), для Алисы AI и DeepSeek — среднее с «Билайн.аналитикой» × коэффициент недельной частоты по классу сервиса (калибровка по Алисе AI). Метод В: панельный охват Mediascope (октябрь 2025) × тренд + аудитория Telegram-ботов, операторских каналов и встроенных помощников × WAU/MAU; без панели — трафик-эквивалент a16z ÷ визитов на пользователя. Метод В: MAU по данным Сбера × WAU/MAU 0,35.

1.3. Интерпретация результатов

Шесть выводов раздела; у каждого — визуализация, на которой он построен.

Вывод 01

Алиса AI: охват создан дистрибуцией

Охват Алисы AI создан не отдельным приложением, а дистрибуцией чата внутри продуктов Яндекса. По отчёту компании 33,2 млн человек в неделю ведут диалог с Алисой AI в чате — в приложении Алисы, Яндекс Браузере, приложении Яндекса и на сайте alice.yandex.ru; ответы под поисковой строкой (49,5 млн человек в месяц) и Станции Яндекс считает отдельно, и в оценку исследования они не входят. Панель Mediascope видит только сайт и приложение — 17,5 млн человек в месяц в октябре 2025 года, около трети расчётной месячной аудитории на II квартал 2026 года; чат внутри Браузера и приложения Яндекса панель относит к этим продуктам, а часть разрыва — рост самого чата: **его недельная аудитория за два квартала выросла с 19 до 33 млн** [9] [11] [5].

Месячная аудитория Алисы AI, млн

Панель видит сайт и приложение (октябрь 2025); расчёт — аудитория чата по всем точкам входа на II квартал 2026 года.



Mediascope, октябрь 2025 [5]; расчёт geoboostr; ОМІ [4].

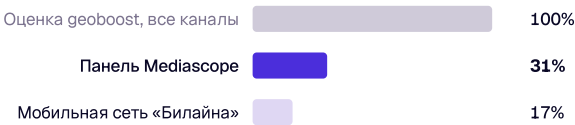
Вывод 02

ChatGPT: видимая треть

Прямой доступ к ChatGPT через сайт и приложение — единицы миллионов человек в месяц; полная оценка — 13,7 млн в месяц и 8,2 млн в неделю. Разницу дают три канала, невидимых для панелей: VPN, универсальные Telegram-обёртки и операторские сервисы, с декабря 2025 года открывшие доступ к ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Claude и Grok без VPN. Боты и операторы дают несколько моделей, поэтому доля ChatGPT в них — сценарная предпосылка (0,6; D3), а не измерение: без этих каналов метод В даёт 3,3 млн в неделю. **Оба измерителя видят лишь меньшую часть аудитории:** панель Mediascope — около трети, мобильная сеть «Билайна» — шестую часть; остальное для них — слепое пятно [30] [34] [18].

Какую долю аудитории ChatGPT видит каждый измеритель

Оценка geoboostr по измеряемым диалоговым каналам принята за 100%. Панель: сайт и приложение (октябрь 2025); мобильная сеть: 7% пользователей ИИ против 42% в опросе ОМІ.



Mediascope, октябрь 2025 [5]; «Билайн.аналитика», I кв. 2026 [18]; ОМІ [4]; расчёт geoboostr.

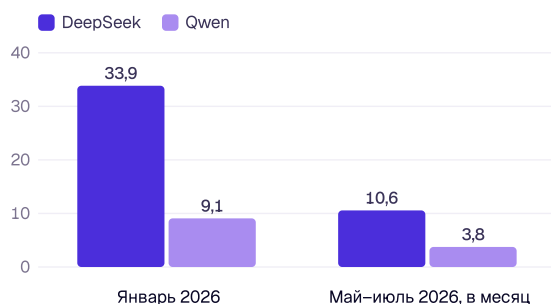
ВЫВОД 03

DeepSeek и Qwen: Россия как второй рынок

Россия — второй рынок DeepSeek после Китая (9,15% визитов) и первый рынок Qwen в мире (34%). Но обе аудитории сжимаются: **визиты к DeepSeek из России с января к лету 2026 года упали втрое**, загрузки приложения в России в IV квартале 2025 года — на 57%; трафик Qwen сократился более чем вдвое. Недельная аудитория DeepSeek — 6,1 млн, Qwen — 0,9 млн; перенос панельной оценки на II квартал — сценарный коэффициент 0,75 (D4). Спрос на зарубежные модели без ограничений доступа переместился к китайским поставщикам, но привычкой не стал [20] [21] [31].

Визиты из России, млн в месяц

Январь — a16z (веб и приложения) и Similarweb; май–июль — Similarweb, веб, в среднем за месяц.



Similarweb [21] [20]; a16z [23].

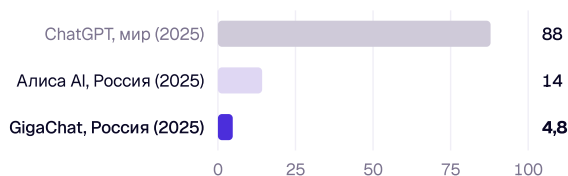
ВЫВОД 04

GigaChat: широкая база, короткая привычка

GigaChat называют 38% пользователей ИИ за полгода — третий результат на рынке. Сбер сообщает о более чем 20 млн месячных пользователей и 800 млн запросов за год: **4,8 запроса на человека в месяц** против 14 у Алисы AI и около 88 у ChatGPT в мире. Это широкая, но неглубокая база, собранная со всех поверхностей — от сайта до Салюта и помощника в СберБанк Онлайн. Три оценки недельной аудитории — 8,5 млн по опросу, 3,0 по панели с невидимыми каналами и 7,0 по данным Сбера с поправкой на интенсивность — расходятся почти втрое; итог 5,7 млн — их геометрическое среднее (как именно — в разделе 1.2); половина пользователей не относит сервис ни к рабочим, ни к развлекательным. Сбер вкладывается в дистрибуцию: телевизионная реклама GigaChat в первом полугодии 2026 года выросла в четыре раза [1] [16] [62] [17].

Запросов на месячного пользователя в месяц

По данным вендоров за 2025 год; для ChatGPT — 2,5 млрд сообщений в день при 700 млн недельных пользователей и WAU/MAU 0,82.



Сбер (пересказ) [16]; Яндекс [13] [11]; OpenAI, Sensor Tower [24] [26] [27]; расчёт geoboost (предпосылки F1, F3).

Вывод 05

Аудитория распределена между сервисами ровнее, чем в мире

Индекс Херфиндаля — Хиршмана по долям сервисов в совокупной недельной аудитории — 3 321 против примерно 5 200 в мире, где ChatGPT собирает около 70% недельной аудитории категории; в России на него приходится 14%. Доли считаются от суммы аудиторий с пересечениями, поэтому индекс описывает распределение сервисных аудиторий, а не рыночную концентрацию по уникальным пользователям (D12). **Три экосистемы конкурируют на одном рынке:** по людям российские сервисы дают 63% совокупной недельной аудитории, по измеряемому трафику — лишь 17%, потому что трафик не видит встроенные сценарии Алисы AI. В США и Китае рынок принадлежит местным продуктам [53] [23] [19].

Три экосистемы: доля в аудитории и в трафике

Российские — Алиса AI и GigaChat; американские — ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, Grok, Character.AI, Copilot; китайские — DeepSeek, Qwen. Трафик — среднее долей по a16z (веб и приложения, январь 2026) и Digital Budget (веб, 2025, топ-5 нормирован к 100%).



Расчёт geoboost; a16z [23]; Digital Budget [19].

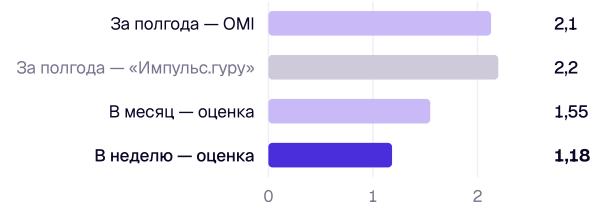
Вывод 06

Пробуют несколько сервисов, пользуются одним

За полгода средний пользователь пробует 2,1 LLM-сервиса из одиннадцати, входящих в периметр; **в обычную неделю один пользователь обращается в среднем к 1,18 сервиса.** Независимый опрос «Импульс.гуру» даёт ту же картину — 2,2 сервиса на пользователя. Рынок остаётся в фазе экспериментов: аудитория второго и третьего сервисов состоит из тех, для кого он не основной [4] [60].

Сервисов на одного пользователя

Чем короче период, тем ближе показатель к единице: пробуют несколько, привычкой становится один.



OMI, март 2026 [4]; «Импульс.гуру» [60]; расчёт geoboost.

Охват, привычка и задачи

Раздел измеряет, как часто и насколько интенсивно пользуются каждым сервисом, и из каких задач складывается это использование. Выясняется, что охват и интенсивность распределены по рынку противоположным образом.

2.1. Активность и частотность

Частота — первый показатель активности, и она растёт: по ВЦИОМ доля еженедельных пользователей среди тех, кто обращался к нейросетям за год, за полгода выросла с 51% до 58%. По ОМИ больше трети пользователей обращаются к ИИ три раза в неделю и чаще, а частота убывает с возрастом: в группе 18–24 так делает половина, в группе 46–55 — четверть [1] [4].



Второй показатель — липкость, доля дневной аудитории в недельной. Прямых измерений по сервисам в России нет, поэтому коэффициенты выведены из трёх опор:

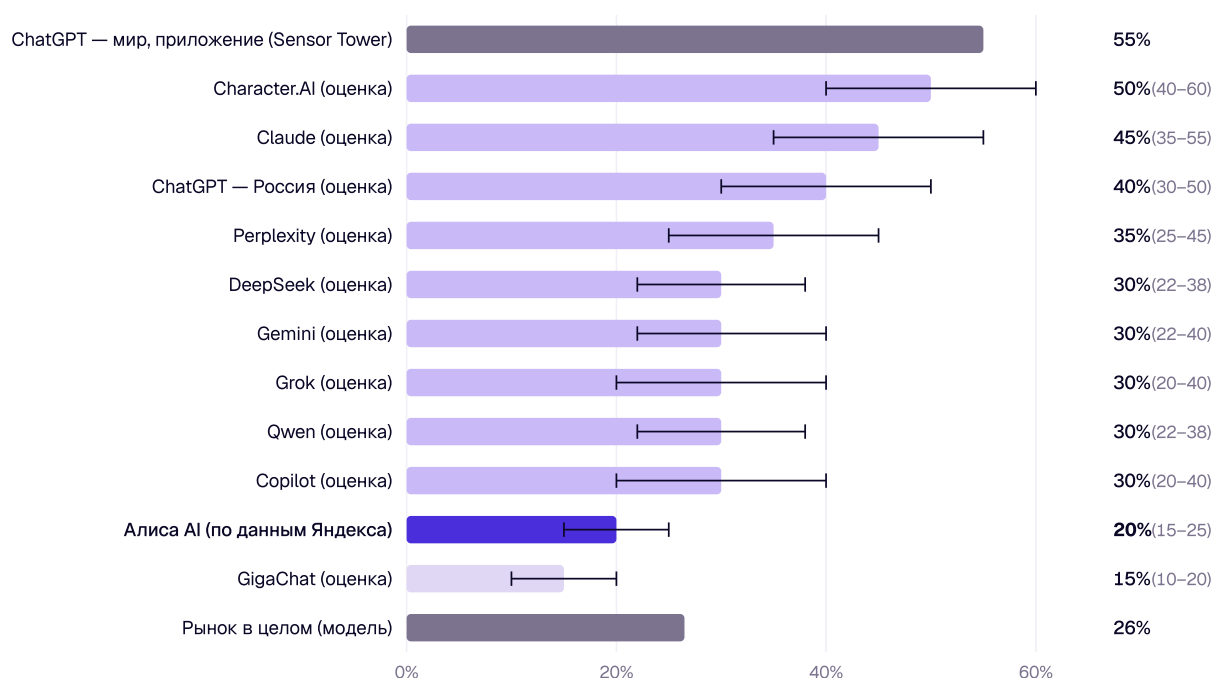
- Измеренные якоря.** Алиса AI — не выше 0,24 по данным Яндекса (4,5 млн в день при 19 млн в неделю в чате), принято 0,20; ChatGPT в мире — 0,55 по Sensor Tower; рынок в целом — ориентир около 0,28 (11% населения в сутки по Mediascope при 40% в неделю по модели), в модели после калибровки — 0,26.
- Согласованность с интенсивностью.** Число активных дней в неделю равно числу запросов на недельного пользователя, делённому на число запросов за активный день. Это иллюстрация, а не независимая опора: для Алисы AI и ChatGPT запросов за активный день выведено из принятого коэффициента, для GigaChat 3,0 запроса за активный день — предпосылка. При ней 3,1 запроса в неделю дают около одного активного дня из семи и липкость 0,15 — ниже, чем у Алисы AI (1,4 дня): сервис второго выбора открывают реже, чем чат, встроенный в Браузер и приложение Яндекса.
- Мировые ориентиры с дисконтом за барьер доступа** — для сервисов без данных об интенсивности: ChatGPT в России 0,40 против 0,55 в мире; Gemini (DAU/MAU 0,22 в мире) и Grok

(0,25) — 0,30; DeepSeek и Qwen — 0,30 из-за коротких сессий и высокого отказа; Perplexity 0,35, Claude 0,45, Character.AI 0,50.

Коэффициенты — сценарные предпосылки, не измерения. Сумма дневных аудиторий сервисов с поправкой на пересечение (D8, тоже сценарная величина) даёт модельную оценку 12,9 млн человек, 10,6% населения 12+; параметры калиброваны к ориентиру Mediascope — 11% в сутки по сайтам и приложениям, поэтому близость к нему не является независимой проверкой. При границах предпосылок D7–D8 оценка лежит в интервале 8,9–18,2 млн [12] [7] [27] [28].

Липкость: доля дневной аудитории в недельной (DAU/WAU)

Серым — ориентиры вне сервисных предпосылок: ChatGPT в мире (измерение Sensor Tower) и рынок в целом по модели; отрезки — диапазон предпосылки. Коэффициенты по сервисам — сценарные предпосылки D7: якоря по данным Яндекса и Sensor Tower, мировые DAU/MAU с дисконтом за барьер доступа; параметры калиброваны к суточному охвату Mediascope.

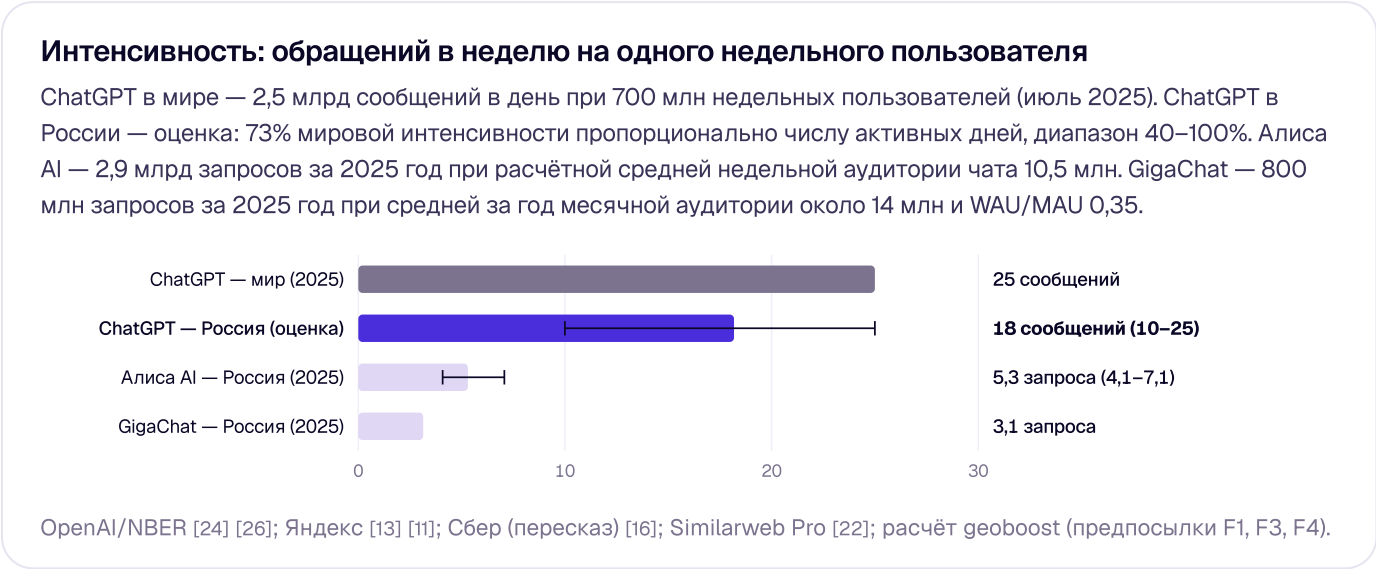


Расчёт geoboost (предпосылка D7): Яндекс/3DNews (4,5 млн в день, декабрь 2025; 19 млн в неделю, IV кв. 2025) [12] [11]; Tailwinds по Sensor Tower (ChatGPT DAU/MAU 45%, WAU/MAU 82%; Gemini DAU/MAU 22%) [27]; a16z по Sensor Tower (Grok DAU/MAU 25%) [28]; по рынку в целом DAU/WAU по модели $\approx 0,26$; ориентир — 11% населения в сутки по Mediascope, апрель 2026, при 40% в неделю по модели $\approx 0,28$ [7].

Третий показатель — интенсивность, и здесь разрыв между российскими и зарубежными сервисами наибольший. Пользователь ChatGPT в мире отправляет около 25 сообщений в неделю, пользователь Алисы AI — 5,3 запроса, **почти в пять раз меньше**. Разрыв сокращается до 1,7 раза, если считать на дневных пользователей (3,8 против 6,5 в день): среди недельных пользователей Алисы AI просто меньше ежедневных. GigaChat при более чем 20 млн месячных пользователей получает 4,8 запроса в месяц на человека — интенсивность справочного сервиса [24] [26] [13] [16].

Для ChatGPT в России прямых данных нет, поэтому интенсивность оценена от мировой. Если число сообщений на недельного пользователя пропорционально числу активных дней, то при липкости 0,40 против 0,55 российский пользователь отправляет около 73% мирового объёма — **18 сообщений в неделю**. Границы диапазона — 40% и 100% мировой интенсивности (10–25 сообщений): нижняя

отражает эпизодический доступ через VPN и Telegram-обёртки, верхняя — паритет с миром, в пользу которого говорит длина веб-визита из России: 10 минут против 6:35 в среднем по chatgpt.com [22] [20].



Из аудитории и интенсивности следует недельный объём обращений: у Алисы AI — около 164 млн запросов, у ChatGPT в России — около 150 млн сообщений (82–206) при аудитории в 3,7 раза меньше, у GigaChat — около 15 млн запросов по данным вендора. Это главное уточнение раздела: **по числу людей рынок принадлежит Алисе AI, по числу сообщений Алиса AI и ChatGPT сопоставимы.**

Веб-версии дают срез вовлечённости внутри визита. Российский визит на chatgpt.com длится 10 минут — в 2,6 раза дольше визита на alice.yandex.ru и на 50% дольше среднемирового: барьер доступа отсеивает случайных пользователей, остаются те, кто работает с сервисом всерьёз. Алиса AI в вебе — точка быстрого вопроса: самый высокий отказ и меньше всего страниц за визит; GigaChat — самый короткий визит при почти таком же числе страниц, как у ChatGPT. В мировом ряду выделяется Character.AI — 16 минут и 12 страниц за визит: режим общения, а не справки [22] [20].



Последний срез сводит трафик и аудиторию в один показатель — индекс трафика на пользователя: доля сервиса в измеряемом трафике, делённая на его долю в недельной аудитории; единица — уровень рынка в целом, то есть среднее индексов, взвешенное по долям сервисов в аудитории. Для веб-ориентированных инструментов индекс читается как активность: **пользователи Qwen, Perplexity, DeepSeek и Grok создают в 2,4–4,7 раза больше трафика на человека, чем в среднем** — это узкие и активные аудитории. У ChatGPT индекс ниже (1,9), потому что часть его трафика через VPN приписывается другим странам. Для Алисы AI и GigaChat индекс говорит о каналах, а не об активности: обращения к чату из Браузера и приложения Яндекса, из Салюта и банковского приложения в измеряемый трафик не попадают. Так складываются два режима использования: встроенный ассистент с широкой аудиторией и короткими обращениями — и отдельный инструмент с узкой аудиторией и длинными сессиями [23].



Ритм использования задаёт рабочая неделя. По логам Яндекса за январь–апрель 2026 года рабочие запросы составляют 23,4% обращений к Алисе AI с компьютера (26% в будни, 17% в выходные) и только 4,4% — со смартфонов и планшетов. Anthropic наблюдает ту же закономерность в мире: доля личных разговоров с Claude растёт с 35% в будни до 50% в выходные. Дневная аудитория рабочих инструментов имеет выраженный недельный цикл, у бытовых ассистентов он слабее [15] [63].

2.2. Распределение по категориям задач

Источник данных о задачах — опрос ВЦИОМ (июнь 2026), в котором пользователи каждого из пяти сервисов отмечали задачи из 14 категорий. Чтобы получить сопоставимую структуру, 14 категорий сведены в шесть макрокатегорий по природе задачи, а доли упоминаний нормированы к 100% по каждому сервису. Предпосылка простая: если у пользователей ChatGPT программирование упоминают 19%, а поиск информации 61%, то в структуре использования сервиса первая задача весит втрое меньше второй. Это прокси структуры использования; проверка на логах — ниже.

Структура задач по шести макрокатегориям

Доля упоминаний категории в общем числе упоминаний задач пользователями сервиса (ВЦИОМ, 14 категорий, множественный выбор). Предпосылка: профиль упоминаний — прокси структуры использования.

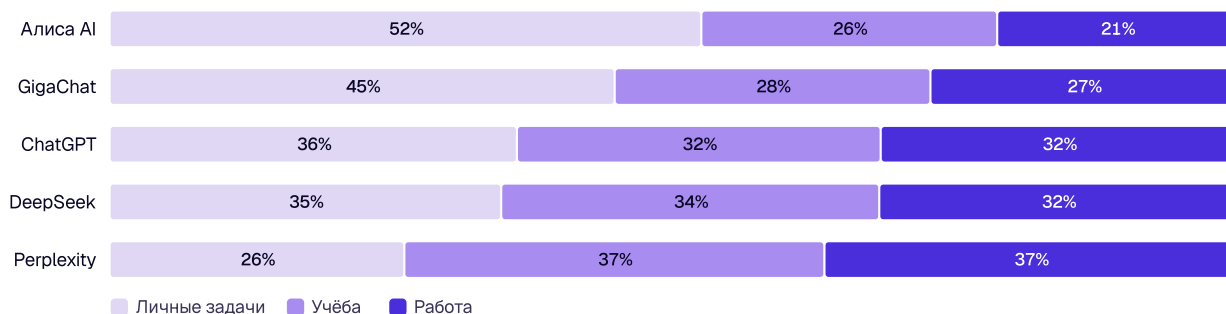


ВЦИОМ, 25–27.06.2026, n=3209, % пользователей каждого сервиса [1]; группировка и нормировка — geoboost (соответствие категорий — в приложении).

Поиск и объяснение информации — крупнейшая категория у всех сервисов: от 22% до 32% упоминаний. Различия начинаются дальше. У Алисы AI на втором месте быт, здоровье и финансы, у Perplexity — данные, автоматизация и код; у ChatGPT и DeepSeek аналитические задачи весят более чем вдвое больше, чем у Алисы AI (17% и 19% против 8%). На поиск и бытовые задачи у Алисы AI приходится 58% упоминаний против 41% у ChatGPT и 44% у Perplexity. GigaChat по профилю ближе к Алисе AI, чем к зарубежным сервисам [1].

Контекст использования: личное, учёба, работа

Нормированные доли трёх контекстов. Исходные данные — доля пользователей сервиса, применяющих его для личных, учебных и рабочих задач (множественный выбор).



ВЦИОМ, 13–15.12.2025, n=3239 [2]; нормировка — geoboost.

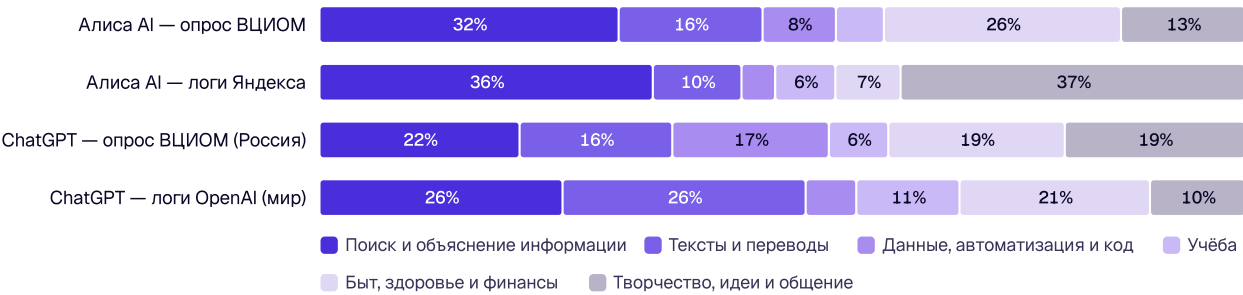
Контекст использования подтверждает разделение: у Perplexity, ChatGPT и DeepSeek рабочие задачи занимают около трети контекста, у Алисы AI — 21%, а личные задачи дают больше половины. Для сравнения: в мире с работой связаны 27% сообщений в ChatGPT (OpenAI, июнь 2025) и 46% разговоров в Claude.ai (Anthropic, ноябрь 2025); российские опросные оценки лежат между ними [2] [24] [42].

Логи дают проверку опросным прокси. Яндекс разметил 100 тыс. обезличенных запросов к чату Алисы AI по методике, адаптированной из OpenAI. По крупнейшей категории опрос и логи совпадают: поиск — 32% упоминаний и 36% запросов. **Расходятся они в двух местах.** Общение, игры и медиаконтент дают по логам 37% запросов, а в опросе — 13% упоминаний: беседы с нейросетью, игры и генерацию

изображений пользователи не считают задачами и не называют. Быт, здоровье и финансы, наоборот, — частая по числу людей, но редкая по числу обращений задача: 26% упоминаний и лишь 7% запросов [14].

Опросы и логи расходятся в одних и тех же категориях

Логи Яндекса: 100 тыс. обезличенных запросов к чату Алисы AI, сентябрь 2025 — январь 2026, разметка по адаптированной методике OpenAI. Логи OpenAI: около 1 млн сообщений пользователей ChatGPT, май 2024 — июнь 2025 (распределение на июль 2025).



ВЦИОМ [1]; Яндекс [14]; Chatterji et al., NBER [24]; сопоставление категорий — geoboost, см. приложение.

Для ChatGPT такая проверка возможна только на мировых данных OpenAI: тексты и переводы там занимают 26% сообщений против 16% упоминаний в России, а данные и код, наоборот, весят в России втрое больше — российская аудитория ChatGPT смещена в сторону профессионалов, преодолевших барьер доступа. Доля рабочих запросов в Алисе AI по логам — около 10% (23,4% с компьютера, 4,4% со смартфонов при доле мобильных обращений 70%) против 21% рабочего контекста по опросу: **рабочее использование заметно по числу людей и мало по числу запросов** [15] [24].

2.3. Интерпретация результатов

Вывод 07

Поиск — точка входа для всех сервисов

От 51% до 71% пользователей каждого сервиса используют его для поиска информации, и это первая задача у всех пяти. 60% пользователей Алисы AI называют её поисковиком, 42% — ChatGPT, 52% — Perplexity. Ассистент занял место первого шага поиска — формулировки вопроса; переход на сайт остаётся за пределами диалога. Для брендов это означает, что присутствие в ответе нейросети становится частью поисковой видимости [1].

Вывод 08

Рабочая нагрузка сосредоточена в трёх сервисах

Perplexity, ChatGPT и DeepSeek получают около трети рабочего контекста каждый, и рабочим инструментом их называют от 47% до 58% пользователей. У Алисы AI по логам рабочие запросы дают около 10% обращений — но с учётом её веса (30,9 млн недельных пользователей) на рынке в целом рабочие запросы, по грубой оценке, составляют порядка 20% и вряд ли больше четверти (предпосылка G2). Массовое использование в России остаётся бытовым [1] [2] [15].

ВЫВОД 09

Опросы недооценивают общение и переоценивают быт

Беседы, игры и генерация медиаконтента — 37% запросов к Алисе AI по логам и 13% упоминаний по опросу. Только «оживление» изображений в Алисе AI использовали 360 млн раз с момента запуска (данные на I квартал 2026 года).

Разметка задач по опросам систематически пропускает сценарии, которые пользователь не считает задачей, поэтому для оценки объёма обращений опросные данные нужно корректировать логами [14] [1] [10].

ВЫВОД 10

Интенсивность различает продукты сильнее, чем охват

Охват Алисы AI в 3,7 раза больше, чем у ChatGPT, а интенсивность на недельного пользователя почти в пять раз меньше мировой ChatGPT (5,3 против 25 обращений в неделю; у российских пользователей ChatGPT — около 18 по оценке). GigaChat при более чем 20 млн месячных пользователей получал около 4,8 запроса в месяц на среднего пользователя. Модель «встроенного ассистента» даёт широкую аудиторию с низкой интенсивностью, модель «отдельного инструмента» — узкую аудиторию с высокой. Это разные бизнесы с разной экономикой запроса [13] [16] [24].

Портреты **активных** пользователей

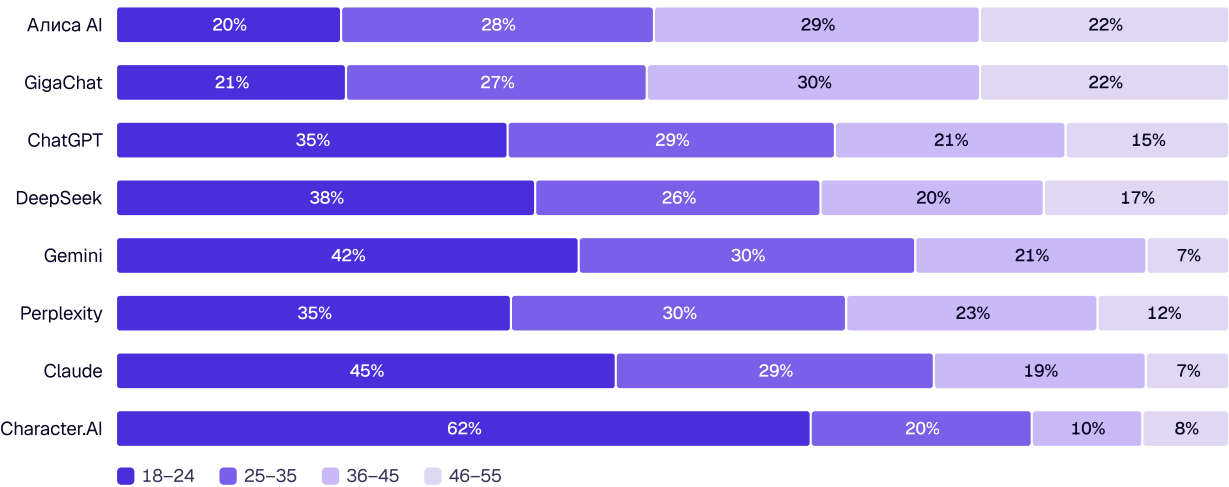
Аудитории сервисов различаются по возрасту сильнее, чем по полу. Дневная аудитория рынка почти наполовину состоит из людей моложе 25 лет, рабочий объём создают специалисты 25–44 лет, а охват обеспечивают пользователи Алисы AI по умолчанию.

3.1. Состав аудитории и активное ядро

Раздел отвечает на два вопроса: кто составляет аудиторию каждого сервиса и кто образует активное ядро рынка. Первый решается пересчётом данных OMI. Опрос даёт долю пользующихся сервисом внутри каждой группы, например 73% мужчин и 69% женщин пользуются Алисой AI; умножение на структуру выборки даёт состав аудитории сервиса. Для второго вопроса использованы суточные и месячные охваты Mediascope по возрастам, данные о частоте по OMI и опросы о работе.

Состав аудитории сервисов по возрасту

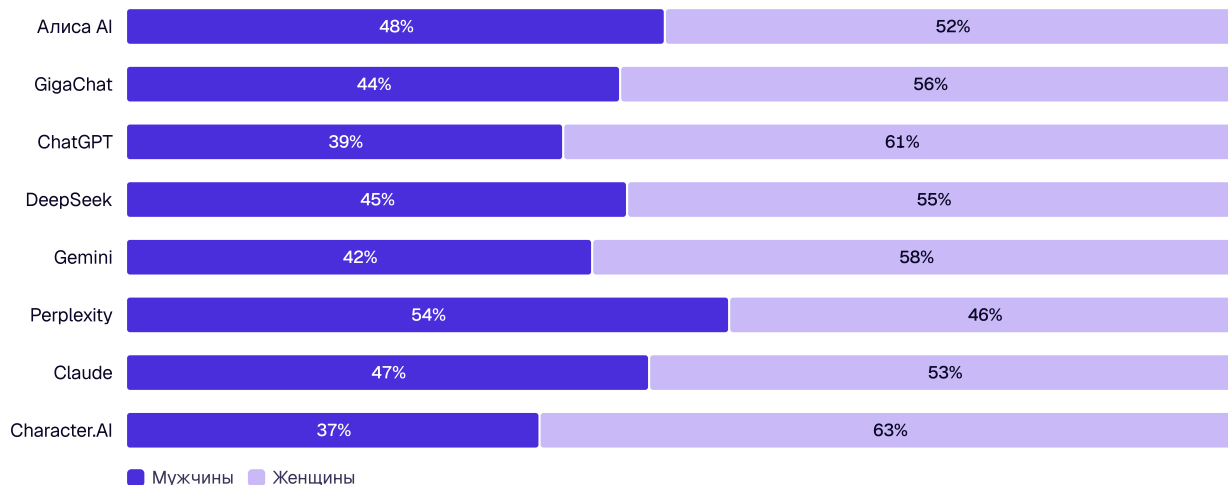
Доля возрастной группы среди пользователей сервиса, 18–55 лет, сумма по строке — 100%. Расчёт: доля пользующихся сервисом в группе (OMI) × доля группы в выборке (22/28/28/22%).



OMI, март 2026, n=2328 [4]; расчёт состава — geoboost. Группа 56–65 (буст n=102) исключена из-за высокой погрешности.

Состав аудитории сервисов по полу

Доля мужчин и женщин среди пользователей сервиса. Расчёт: доля пользующихся сервисом среди мужчин и женщин (ОМІ) × структура выборки (47/53%).

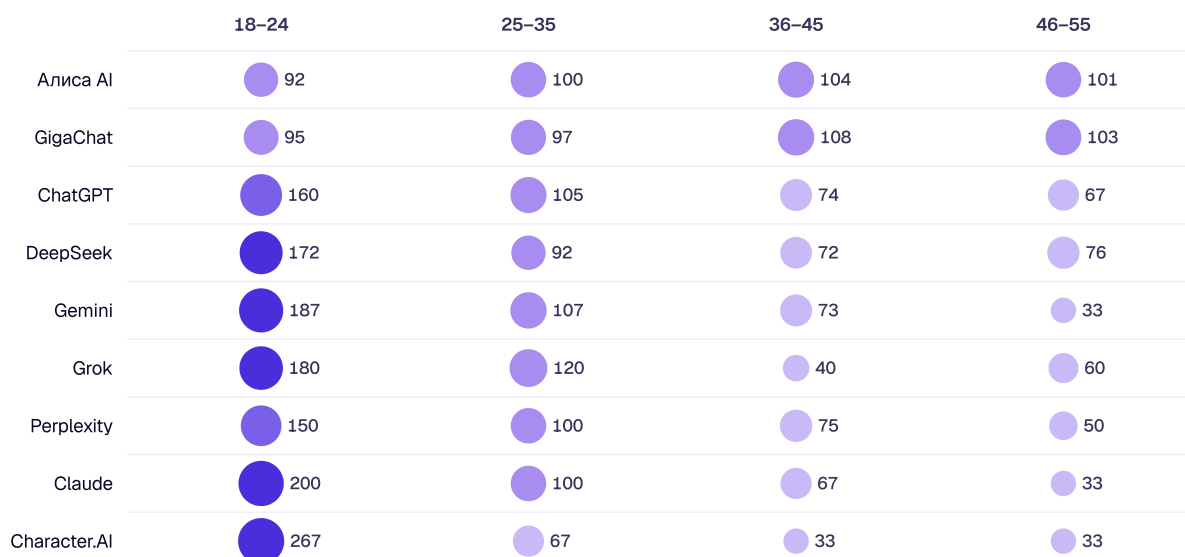


ОМІ, март 2026 [4]; расчёт — geoboost. Для сравнения: по классификатору имён OpenAI к июлю 2025 года 52% активных пользователей ChatGPT в мире имели типично женские имена [24].

Возрастные профили расходятся сильнее, чем можно ожидать от сервисов с одинаковой функцией. У ChatGPT больше трети аудитории моложе 25 лет (35%) и почти две трети — моложе 36; у Алисы AI и GigaChat распределение повторяет структуру пользователей ИИ в целом, с небольшим перевесом группы 36–45. Самая молодая аудитория — у Character.AI и Claude. По полу неожиданность даёт ChatGPT: женщин среди его пользователей 61% — это совпадает с наблюдением OpenAI о преобладании женских имён среди активных пользователей к 2025 году. Мужской перекося сохраняется у Grok (61% мужчин), Qwen и Perplexity [4] [24].

Индекс аффинити по возрастам

Доля пользующихся сервисом в возрастной группе ÷ доля среди всех пользователей ИИ × 100. Значение 160 у ChatGPT в группе 18–24 означает, что молодёжь пользуется им в 1,6 раза чаще среднего.



ОМІ, март 2026 [4]; расчёт — geoboost.

Активное ядро описывают три измерения разной природы:

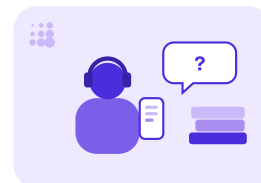
- **Панель.** Mediascope, апрель 2026: ежедневно пользуются ИИ-сервисами 30% подростков 12–17 лет, 12% людей 18–64 лет и 3% людей 65+.
- **Опрос пользователей.** OMI: три раза в неделю и чаще обращаются половина пользователей 18–24 лет и четверть в группе 46–55.
- **Опросы работающих.** 40% использующих ИИ на работе делают это ежедневно (hh.ru); регулярно применяют ИИ 17% всех работающих («Авито Работа»); среди сотрудников с доходом от 150 тыс. руб. ИИ используют 54%, до 100 тыс. — 38% (SuperJob). ВЦИОМ добавляет цифровые навыки: еженедельно пользуются 71% людей с продвинутыми навыками и 34% — с минимальными [7] [4] [36] [38] [37] [1].



Пересчёт суточных охватов на численность возрастных групп даёт состав дневной аудитории. **Люди 12–24 лет — 17% населения 12+ и 43% дневной аудитории;** группа 45+ — половина населения и пятая часть дневной аудитории. Чем выше порог частоты, тем моложе аудитория: возраст различает привычку сильнее большинства других признаков, наряду с уровнем цифровых навыков. Логи Яндекса добавляют стиль: с возрастом доля поручений («сделай») падает вдвое — с 33,6% в группе 18–24 до 17,2% у 55+, а вопросы начинают преобладать [14].

Из этих данных складываются четыре портрета. Первые два — активное ядро: по частоте (молодёжь) и по объёму рабочих запросов (специалисты). Третий — массовая аудитория, которая обеспечивает охват Алисы AI. Четвёртый — старшее поколение с самым низким охватом и редкими обращениями; рост его месячного охвата с 11% до 21% в 2026 году в основном объясняется расширением периметра измерения Mediascope (E1), а не изменением поведения. Портреты построены на агрегированной статистике; примеры задач в них взяты из категорий опросов, цитат пользователей в источниках нет.

ПОРТРЕТ 1 · ЯДРО ПО ЧАСТОТЕ



Школьник и студент

12–24 года · ежедневные пользователи · ChatGPT, DeepSeek, Алиса AI

43% дневной аудитории при 17% населения

ЧАСТОТА	30% подростков (Mediascope) и, по оценке, около 30% людей 18–24 лет обращаются к нейросетям ежедневно; половина пользователей 18–24 — три раза в неделю и чаще, в среднем 8 обращений в месяц
СЕРВИСЫ	В группе 18–24: ChatGPT 67%, Алиса AI 65%, DeepSeek 43%, GigaChat 36%, Gemini 28%, Character.AI 8% — единственная группа, где зарубежный сервис опережает Алису AI
ЗАДАЧИ	Учёба — 59% (максимум среди групп), творчество — 52%; чаще других поручает задачу: 33,6% запросов к Алисе AI от 18–24-летних — просьбы против 17,2% у 55+
ДЕНЬГИ	Платят 13%, платили раньше 21% — самая высокая доля пробовавших платные версии; 66% используют ИИ в работе, 64% — при поиске работы

Mediascope, апрель 2026 [7]; OMI, март 2026 [4]; Яндекс, март 2026 [14]; «Авито Работа», август 2026 [38].

ПОРТРЕТ 2 · ЯДРО ПО ОБЪЁМУ



Специалист с рабочим ИИ

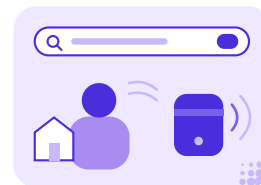
25–44 года · компьютер в будни · ChatGPT, Алиса AI, DeepSeek

40% использующих ИИ на работе делают это ежедневно

КТО	Работающие в ИТ, юриспруденции, маркетинге, промышленности; ИТ даёт 18% рабочих запросов к Алисе AI; в ИТ, digital и маркетинге ИИ используют 64% сотрудников
КАК	С компьютера: 26% десктопных обращений к Алисе AI в будни — рабочие; 47% рабочих запросов — поиск норм, инструкций и данных, 25% — советы и идеи, остальное — готовые документы
СЕРВИСЫ	ChatGPT и DeepSeek — рабочие инструменты для 54% и 58% пользователей; тексты, данные, код; в возрасте 25–35 Алисой AI пользуются 71%, ChatGPT — 44%
ДЕНЬГИ	Среди частых пользователей платят 19%; при доходе от 150 тыс. руб. ИИ на работе используют 54% против 38% при доходе до 100 тыс.; средний чек платящего — 3 500 руб. в месяц (МТС Линк)

hh.ru, февраль 2026 [36]; Яндекс, май 2026 [15]; «Авито Работа» [38]; SuperJob, июнь 2026 [37]; ВЦИОМ [1]; OMI [4]; МТС Линк, II кв. 2026 [61].

ПОРТРЕТ 3 · МАССОВАЯ АУДИТОРИЯ



Пользователь Алисы AI по умолчанию

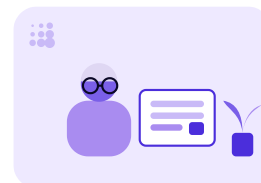
35–55 лет · поиск, браузер, Станция · Алиса AI, GigaChat

74% людей 36–45 лет, пользующихся ИИ, обращаются к Алисе AI

КТО	60% пользователей ИИ в мобильной сети билайна — люди 35–55 лет; по наблюдению Mediascope, аудитория Алисы AI и GigaChat по полу и возрасту близка к структуре населения; по расчёту на данных OMI женщин среди пользователей Алисы AI 52%
КАК	Один-два раза в неделю (35% в группе 46–55); заходит через Браузер и приложение Яндекса; поручений («сделай») меньше, чем у молодых: 22–25% запросов в группах 35–54 против 33,6% у 18–24-летних (логи Яндекса)
ЗАДАЧИ	Поиск информации 71%, бытовые советы 46%, переводы 31%, здоровье и питание 28%; 60% считают Алису AI поисковиком, 30% — развлекательным центром
ДЕНЬГИ	Платят 7–10% (46–55 и 36–45 лет); 85% в группе 46–55 пользовались только бесплатными версиями

«Билайн.аналитика», I кв. 2026 [18]; Mediascope, октябрь 2025 [5]; OMI [4]; ВЦИОМ, июнь 2026 [1]; Яндекс, март 2026 [14].

ПОРТРЕТ 4 · ПЕРИФЕРИЯ АУДИТОРИИ



Старшее поколение

56+ лет · редкие обращения, самый низкий охват

21% людей 65+ пользуются ИИ-сервисами в месяц, 3% — в сутки

ДИНАМИКА	Месячный охват 55–64 лет — 23%, 65+ — 11% в феврале 2026 (прежний периметр Mediascope); в апреле 2026, после расширения списка измеряемых ресурсов, у 65+ — 21%; год назад совокупный охват всех возрастов был 8%
СТИЛЬ	Вопросы преобладают над поручениями: 70,8% запросов от людей 55+ — вопросы, а доля поручений («сделай») вдвое ниже, чем у 18–24-летних, — 17,2% против 33,6% (логи Яндекса)
ДАННЫЕ	Доли сервисов и задач по группе 56–65 из опроса OMI (буст n=102, погрешность около ±10 п.п.) в исследовании не используются — они исключены и из состава аудиторий в разделе 3
БАРЬЕРЫ	Среди не пользующихся 44% не видят задач, 36% не знают о возможностях, 22% не знают, как пользоваться; у людей с минимальными цифровыми навыками еженедельно пользуются 34% против 71% у продвинутых

Mediascope, февраль и апрель 2026 [6] [7]; OMI [4]; ВЦИОМ, июнь 2026 [1].

Что происходит с покупками

Покупки — небольшая по доле, но уже измеримая часть обращений к нейросетям. Этот раздел фиксирует масштаб и открывает тему следующего исследования geoboost.

ДОЛЯ ПОКУПАТЕЛЬСКИХ
ОБРАЩЕНИЙ

3–12 %

строгая разметка /
определение Яндекса

Яндекс: «товары и услуги» ~3% запросов (сент. 2025 — янв. 2026); 12% покупательских задач в чате (авг. 2026); OpenAI: 2,1% разговоров в ChatGPT [14] [44] [43]

ПОКУПАТЕЛЬСКИХ
ОБРАЩЕНИЙ К АЛИСЕ AI

5–20 млн в

неделю

**0,25–1 млрд обращений в
год**

расчёт geoboost: недельный
объём обращений × доля
покупательских задач

ПРОБОВАЛИ И
ПОЛЬЗУЮТСЯ РЕГУЛЯРНО

45 → 5 %

96% перепроверяют
рекомендации

AIMonitor.pro, июнь 2026 [49];
Яндекс + РБК: 35% интернет-
покупателей используют ИИ при
выборе товаров [48]

Две оценки доли покупательских обращений различаются в четыре раза, и обе корректны. Строгая разметка логов Яндекса за сентябрь 2025 — январь 2026 года относит к подкатегории «товары и услуги» около 3% запросов к Алисе AI; у ChatGPT в мире товарам посвящены 2,1% разговоров (OpenAI, 2025) — это прямые вопросы о конкретных товарах. Широкое определение Яндекса включает сравнение, подбор и советы по выбору и даёт 12% покупательских задач в чате (август 2026). В пересчёте на недельный объём обращений к Алисе AI (164 млн) это 5–20 млн покупательских обращений в неделю. Обращения — не люди: один человек задаёт несколько вопросов, а число покупательских обращений на пользователя неизвестно, поэтому в число покупателей эта величина не переводится. Для сравнения: трафик в e-commerce через Алису AI за год вырос в 4,6 раза, к транзакционной инфраструктуре Яндекса подключено 17% российского e-commerce [14] [43] [44].

Влияние на покупки распределено неравномерно по воронке. По опросу Яндекса и «РБК Исследований рынков», 35% интернет-покупателей используют ИИ при выборе товаров; по опросу AIMonitor.pro (выборка не раскрыта), 45% опрошенных хотя бы раз покупали по совету ИИ, регулярно делают это 5%, а 96% перепроверяют рекомендации. Data Insight разобрал 38 реальных сценариев: во всех ИИ помогал с выбором, в 13 пользователь дошёл до корзины, в двух завершил покупку через ассистента. Прогноз того же исследования — 0,4–1% российского e-commerce через агентные сценарии в 2026–2027 годах и 7–11% (2–3 трлн руб.) к 2030–2032 годам [48] [49] [45].

Мировые данные показывают ту же структуру: мало трафика, высокая ценность. По рецензируемому исследованию 973 e-commerce-сайтов, трафик из LLM в 2024–2025 годах составлял менее 0,2% всего трафика; по Adobe, к маю 2026 года ИИ-трафик на розничные сайты США вырос в 14 раз с октября 2024 года и конвертируется на 54% лучше остального. Для брендов значимо присутствие в ответе, а число транзакций внутри ассистента пока второстепенно: в тесте Sidorin Lab и BrandFound по банковской вертикали нейросети назвали конкретный банк примерно в 76% ответов [46] [47] [50].

Кто ГОТОВИЛ исследование



Никита Худов

ГЕОBOOST · STRATEGAI · НИУ ВШЭ

CEO geoboost, управляющий партнёр strategai, преподаватель по AI в НИУ ВШЭ

ex-Chief AI Transformation Officer Сбера, ex-старший консультант Bain & Company



Артем Букликов

ГЕОBOOST

CPO geoboost



Анастасия Пименова

ГЕОBOOST · STRATEGAI

PR Lead geoboost & strategai

Вопросы по данным и методике: geoboost.pro. Расчётная модель и досье источников открыты для проверки по запросу.

Методология и предпосылки

Все расчётные величины исследования восстанавливаются из перечисленных ниже предпосылок и опубликованных данных. Диапазоны в скобках использованы для нижней и верхней границ оценок.

Ограничения. Опросные данные (ВЦИОМ, OMI) описывают интернет-пользователей 18+ по самоотчёту и завышают частоту относительно панельных измерений; панель Mediascope не видит чат-ботов в мессенджерах и интеграций в поиск; Similarweb и Digital Budget учитывают только веб; отчёты Яндекса и Сбера не разделяют страны и не проверяются независимо. Данные по GigaChat (20 млн MAU, 800 млн запросов) взяты из пересказа годового отчёта Сбера и не подтверждены первоисточником. Данные Similarweb Pro по вовлечённости получены из платной подписки geoboost. Разбивка Mediascope по сервисам актуальна на октябрь 2025 года; более свежая публично не выходила. Публичные страницы Similarweb показывают визиты за три месяца и моделируют географию по панели, поэтому визиты из России пересчитаны на месяц и используются для трендов и проверок, а не как прямая мера аудитории; доли на диаграмме a16z сняты с изображения с точностью около 0,5 п.п. Оценки для Gemini относятся к периоду до 14 августа 2026 года. Итоговые оценки — модельные на опорный период (II квартал 2026): источники относятся к разным датам — основные данные об аудитории к октябрю 2025 — июлю 2026 года, трендовые сверки и данные об интенсивности к 2025 году, вовлечённость веб-версий и покупки к августу 2026 года; приведение к одному окну выполнено только там, где есть данные о динамике (D1, D4, D5), поэтому расхождение дат — источник дополнительной, численно не оценённой неопределённости. Диапазоны оценок — разброс между сценариями и методами, не доверительные интервалы.

A1	Население России 12+ (универсум Mediascope). 105 млн месячных интернет-пользователей = 86% населения 12+ [8]	122,1 млн
A2	Возрастная структура населения 12+. Доли групп по данным Всемирного банка (2024) для мужчин и женщин, отмасштабированные к универсуму A1; внутри 5-летних групп — равномерное распределение [39]	по 5-летним группам
A3	Подростки 12–17 в интернет-аудитории. Mediascope: 93% подростков пользуются интернетом ежедневно [7]	97%
B1	Взрослые интернет-пользователи, обращавшиеся к нейросетям за год. ВЦИОМ-Онлайн, июнь 2026, n=3209. В формулировке вопроса «нейросети» не разделены на диалоговые чаты и генераторы изображений; принято, что доля относится к периметру исследования, поскольку пользователи только генераторов изображений в опросе отдельно не выделены, — предпосылка, а не измерение [1]	78%

B2	Частота среди пользователей. еженедельно / 1–3 раза в месяц / реже / только пробовали (ВЦИОМ) [1]	58 / 23 / 13 / 6%
B3	Доля годовых пользователей, активных за 6 месяцев. База OMI — пользователи за 6 месяцев; по ВЦИОМ 94% годовых пользователей обращаются к нейросетям регулярно (не реже раза в несколько месяцев), 6% только пробовали [1]	0,90 (0,85–0,95)
B4	Подростки: месячный / суточный / недельный / 6-месячный охват. Месячный (77%) и суточный (30%) — измерены Mediascope, апрель 2026. Недельный — сценарная предпосылка, из 77% не выводится. Ориентир — частота группы 18–24 по OMI (74% пользователей ИИ обращаются еженедельно) при 6-месячном охвате подростков 82%: $0,82 \times 0,74 \approx 61\%$; принято 55% (50–60%) — с поправкой на завышение частоты в самоотчёте относительно панельных измерений. База — 10,0 млн подростков 12–17 (A1–A2): неделя $10,0 \times 0,55 = 5,5$ млн, при границах предпосылки 5,0–6,0 млн, недельная аудитория рынка 48,1–49,1 млн. 6-месячный охват принят чуть выше месячного [7] [4]	77 / 30 / 55 / 82%
C1	Доля сервисов среди пользователей ИИ за 6 месяцев. Алиса AI 71, ChatGPT 42, GigaChat 38, DeepSeek 25, Gemini 15, Grok 5, Qwen 4, Perplexity 4, Claude 3, Character.AI 3, Copilot 3% [4]	OMI, 11 сервисов
C2	Профиль подростков по сервисам. OMI не опрашивает младше 18; для 12–17 применены доли группы 18–24 [4]	как у 18–24
C3	Коэффициент недельной частоты f. Алиса AI — калибровка по WAU Яндекса (33,2 млн $\times$ 0,93). «Основной инструмент» (ChatGPT, DeepSeek, Perplexity, Claude): WAU/MAU ChatGPT в мире 0,82 ÷ отношение 6-месячного охвата к $MAU \approx 1,4 \times$ дисконт доступа 0,7 $\approx 0,40$ (0,30–0,50). «Второй выбор» (GigaChat, Gemini, Qwen, Grok, Copilot, Character.AI): 0,30 (0,22–0,38) [9] [27] [1]	Алиса AI 0,60; 0,40; 0,30
C4	Доля России в аудитории Алисы AI и диапазон её оценки. Similarweb: 92,97% визитов alice.yandex.ru — из России. Диапазон оценки Алисы AI — от –10% до +5% к 33,2 млн $\times$ 0,93: неопределённость доли России (география визитов веб-версии переносится на все точки входа чата) и определения недельного пользователя чата у Яндекса; оценка относится к чату с Алисой AI, а не ко всем поверхностям продукта [20] [9]	0,93; –10% / +5%
C5	Согласованная доля за 6 месяцев для Алисы AI и DeepSeek. Среднее OMI (71% и 25%, самоотчёт) и «Билайн.аналитики» (67% и 29%, I кв. 2026, измеренный мобильный трафик среди пользователей ИИ) — два независимых	69% и 27%

измерения одной базы для сервисов, доступных без VPN. Доля Билайна для ChatGPT (7% против 42% у OMI) не усредняется: оператор не видит VPN и Telegram; отношение 0,17 — мера невидимости

[4] [18]

- D1

Тренд прямого доступа к ChatGPT, окт. 2025 → II кв. 2026. Рынок по Mediascope +14% (28→32%); открытие операторских каналов с декабря 2025. Проверка по трафику: за 2025 год веб-трафик ChatGPT в России вырос в 3,5 раза при росте рынка в 6 раз (Digital Budget) — медленнее рынка; отношение трафика ChatGPT к DeepSeek снизилось с 1,44 (веб, 2025, Digital Budget) до 0,97 (веб и приложения, январь 2026, a16z)

1,3 (1,1–1,5)

[6] [34] [19] [23]

- D2

Аудитория универсальных Telegram-ботов в России. 13,2 млн MAU у 72 универсальных ИИ-ботов в мире (июль 2026) — сумма MAU отдельных ботов, а не число уникальных людей; боты дают доступ к нескольким моделям. Сценарные предпосылки: доля России 0,55 (в источнике не выделена, принята по составу крупнейших ботов с русскоязычными интерфейсами); пересечение между ботами — поправка 0,8 (один человек пользуется несколькими ботами); пересечение с прямой аудиторией ChatGPT — 30%. Итого универсальные боты в России — 4,1 млн MAU до распределения по моделям

0,55 (0,40–0,70); 0,8 (0,7–0,9); 30%

[30]

- D3

Операторские каналы и доля ChatGPT в универсальных каналах. Операторские сервисы (билайн, МТС, МегаФон, Т2) открывают доступ к ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Claude и Grok в одном канале и статистику не раскрывают: 1,0 млн MAU — сценарная величина; пересечение с прямой аудиторией — 30%, как для ботов (D2). Доля ChatGPT в аудитории универсальных каналов (боты + операторы после поправки на пересечение, 4,8 млн MAU) — сценарная предпосылка 0,6: ориентир — доля ChatGPT среди зарубежных моделей по OMI, $42 / (42 + 15 + 5 + 3) \approx 0,65$ (Gemini 15%, Grok 5%, Claude 3%). Без универсальных каналов метод В даёт 3,3 млн WAU (только прямой доступ); при доле 0,6 — 5,0 млн; остаток каналов (1,9 млн MAU) другим моделям не приписывается

1,0 (0,5–2,0) млн MAU; доля ChatGPT 0,6 (0,4–0,8)

[34] [30] [4]

- D4

Тренд DeepSeek, окт. 2025 → II кв. 2026. Сценарная предпосылка для переноса панельной оценки октября 2025 года на II квартал 2026 года; не прямая оценка изменения MAU. Российские ряды: визиты из России по Similarweb 33,9 млн в январе → 10,6 млн в месяц в мае–июле 2026 (–69%); загрузки приложения в России –57% в IV кв. 2025. Приложение падает медленнее веба, поэтому коэффициент мягче падения визитов. Сверка по трафику: доля DeepSeek — 27,8% веб-трафика за 2025 год (Digital Budget) и 28,2% трафика веб + приложения в январе 2026 (a16z) — плато перед снижением

0,75 (0,55–0,95)

[21] [20] [31] [19] [23]

- D5

Тренд GigaChat и невидимые каналы. Рост панельного охвата 1,3: ТВ-реклама ×4 в I пол. 2026, веб-трафик ×13 за 2025 (Digital Budget), визиты giga.chat ×2,5 г/г в январе 2026. Помощник в СберБанк Онлайн — 2,3 (1,5–3,0)

1,3 (1,0–1,6); +2,3 млн; +1,0 млн

млн MAU: 6,4 млн человек за 7 месяцев, 22% возвращаются. Салют и официальный Telegram-бот — 1,0 (0,5–2,0) млн MAU: данных вендора нет. Пересечение невидимых каналов с прямой аудиторией — 30%

[62] [19] [21] [17]

D6

WAU/MAU по сервисам. Алиса AI — Яндекс, IV кв. 2025 (19,0 / 30,5 млн); ChatGPT 0,60 (в мире 0,82 для приложения); DeepSeek, Gemini, Perplexity, Qwen 0,50; Claude 0,55; Character.AI 0,60; Grok, Copilot 0,45. GigaChat 0,35 (0,25–0,45); 4,8 запроса на месячного пользователя в месяц против 14 у Алисы AI, 52% пользователей не считают его ни рабочим, ни развлекательным инструментом, к помощнику в СберБанк Онлайн возвращаются 22%

[11] [27] [16] [1] [17]

0,62 Алиса AI; 0,35 GigaChat; 0,45–0,60 прочие

D7

DAU/WAU по сервисам. Сценарные предпосылки, не измерения. Якоря: Алиса AI — 4,5 млн в день (декабрь 2025; по всем поверхностям Алисы AI, где месячная аудитория 65 млн) при 19 млн в неделю в чате → не более 0,24, принято 0,20 (0,15–0,25); ChatGPT в мире 0,55 (DAU/MAU 45% ÷ WAU/MAU 82%); рынок в целом — ориентир ≈0,28 (11% в сутки по Mediascope при 40% в неделю по модели), по модели 0,26. Мировые ориентиры с дисконтом за барьер доступа (в скобках — границы): ChatGPT в России 0,40 (0,30–0,50); Gemini (DAU/MAU 0,22 в мире) 0,30 (0,22–0,40) и Grok (0,25) 0,30 (0,20–0,40); DeepSeek 0,30 (0,22–0,38) и Qwen 0,30 (0,22–0,38) (короткие сессии, высокий отказ); Perplexity 0,35 (0,25–0,45); Claude 0,45 (0,35–0,55); Character.AI 0,50 (0,40–0,60); Copilot 0,30 (0,20–0,40). Согласованность с интенсивностью — иллюстрация, а не независимая опора: число активных дней = запросов на недельного пользователя ÷ запросов за активный день, где для Алисы AI и ChatGPT запросов за активный день выведено из принятого коэффициента ($5,3 ÷ 3,8 \approx 1,4$ дня; $25 ÷ 6,5 \approx 3,9$ дня), а для GigaChat 3,0 запроса за активный день — предпосылка ($3,1 ÷ 3,0 \approx 1,0$ день → 0,15, диапазон 0,10–0,20). Параметры калиброваны к ориентиру Mediascope — 11% населения 12+ в сутки: сумма дневных аудиторий ÷ пересечение D8 = 12,9 млн (10,6%); это не независимая верификация. Сценарный разброс при границах D7–D8 — 8,9–18,2 млн

[12] [11] [27] [28] [7]

0,20 Алиса AI; 0,15 GigaChat; 0,40 ChatGPT; 0,30–0,50 прочие

D8

Дневное пересечение аудиторий сервисов. Сценарная предпосылка, не измерение: между 1,0 (пересечений нет) и недельным мультихомингом 1,18. Вместе с D7 определяет модельную оценку дневной аудитории; сценарный разброс при границах D7–D8 — 8,9–18,2 млн

1,12 (1,0–1,2)

D9

Трафик → аудитория (a16z, Similarweb). Масштаб диаграммы a16z (январь 2026): визиты ChatGPT из России 34,5 млн (Similarweb) ÷ доля ChatGPT 27,4%; проверка по DeepSeek: 35,5 млн по масштабу против 33,9 млн по Similarweb (+5%). Визитов на пользователя в месяц по сервисам с панельными данными (трафик-эквивалент ÷ MAU Mediascope): GigaChat 2,4, DeepSeek 3,1, Perplexity 5,0, ChatGPT 8,1 — величины производные от панели и как норма для проверки аудитории не используются; независимая мировая норма для ChatGPT — 22 визита на уникального веб-посетителя в месяц [29]. Для Gemini, Qwen и Grok принято 4 (3–6). Qwen — по среднему трафика января (a16z) и мая–июля 2026 (Similarweb)

[23] [21] [20] [5] [29]

1 п.п. = 1,26 млн визитов; 4 (3–6) визита на пользователя

D10	Метод V для GigaChat (данные Сбера). MAU более 20 млн по итогам 2025 года по всем поверхностям (сайт, приложение, Салют, Telegram-бот, помощник в СберБанк Онлайн) × WAU/MAU 0,35 (D6); верхняя граница — с ростом MAU на 20% и WAU/MAU 0,45. Для Алисы AI метод V — отчёт Яндекса (33,2 млн) × 0,93 (C4), на него калибруется метод A [16] [9]	20 млн × 0,35 = 7,0 млн (5,0–10,8)
D11	Итоговая оценка и диапазон. Итог — геометрическое среднее оценок методов A, B и V (где есть); диапазон — интервал между наименьшей и наибольшей из них: сценарный разброс между методами, а не статистический доверительный интервал — неопределённость исходных источников, коэффициентов, доли России, пересечений и временного сдвига в него не входит, а методы разделяют часть предпосылок и не являются независимыми оценками. Для Алисы AI, где все оценки опираются на отчёт Яндекса, диапазон задан предпосылкой C4. Оценка относится к опорному периоду (II квартал 2026) и собрана из источников разных дат: основные данные об аудитории — октябрь 2025 — июль 2026, трендовые сверки и данные об интенсивности — 2025 год, вовлечённость веб-версий и покупки — август 2026; панельные значения приведены к опорному периоду трендами D1, D4, D5, остальные использованы как есть. Чувствительность к границам предпосылок внутри методов — того же порядка: ChatGPT 5,4–12,0, DeepSeek 4,1–8,5, GigaChat 3,1–7,4 млн	геометрическое среднее; min–max методов
D12	Доля сервиса в совокупной аудитории и в уникальных пользователях. Доля сервиса (раздел 1.1, «Главные выводы») = WAU сервиса ÷ совокупная WAU одиннадцати сервисов, то есть сумма их недельных аудиторий с пересечениями (57,5 млн): Алиса AI 30,9 ÷ 57,5 = 54%, ChatGPT 8,2 ÷ 57,5 = 14%. Доля от уникальных недельных пользователей рынка (48,6 млн, шаг 1) — доля людей, пользующихся сервисом хотя бы раз в неделю, среди всех недельных пользователей нейросетей: Алиса AI 30,9 ÷ 48,6 = 64%; для остальных сервисов эта доля равна доле в совокупной аудитории × 1,18. Индекс Херфиндала — Хиршмана (3 321) считается по долям в совокупной аудитории с пересечениями и потому характеризует распределение сервисных аудиторий, а не рыночную концентрацию по уникальным людям; для последней нужны непересекающиеся доли или модель пересечений	Алиса AI 54% / 64%
E1	Расширение периметра Mediascope в апреле 2026. Месячный охват 18–64 вырос с 35% (февраль, прежний периметр) до 54% (апрель); прирост распределён по группам пропорционально [6] [7]	×1,54 для всех групп 18–64
E2	Отношение суточного охвата к месячному по возрастам. Форма профиля — по данным за октябрь 2025; уровень калиброван к 12% суточного охвата 18–64 [5] [7]	0,36 → 0,12
F1	Средняя недельная аудитория чата Алисы AI за 2025 год. MAU IV кв. 2025 — 30,5 млн, рост в 7 раз за год → геометрическая траектория по кварталам; WAU/MAU 0,62 [11]	10,5 млн

F2	Доля мобильных обращений к Алисе AI. Для смешанной оценки доли рабочих запросов (23,4% с ПК, 4,4% с мобильных) [15]	0,70 (0,60–0,80)
F3	Средняя за 2025 год месячная аудитория GigaChat. Рост в течение года к более чем 20 млн в декабре; даёт 4,8 запроса на пользователя в месяц и 3,1 запроса в неделю на недельного пользователя при WAU/MAU 0,35 [16]	14 млн (12–16)
F4	Интенсивность ChatGPT в России. Сообщений на недельного пользователя пропорционально числу активных дней: DAU/WAU 0,40 против 0,55 в мире → 18 сообщений в неделю (10–25); недельный объём — 150 млн (82–206) [24] [26] [27] [22]	73% мировой (40–100%)
G1	Соответствие категорий задач. Поиск и объяснение: поиск информации, объяснение сложных тем. Тексты и переводы: создание и редактирование текстов, переводы. Данные, автоматизация и код: работа с данными, автоматизация рутины, программирование. Учёба: учебные задачи. Быт, здоровье и финансы: бытовые советы, здоровье и питание, финансы. Творчество, идеи и общение: мультимедиа, генерация идей, психологическая поддержка. Логи Яндекса: информационные → поиск; работа с текстом → тексты; вычисления и ИТ → данные; обучение → учёба; инструкции и здоровье → быт; медиаконтент, общение, идеи → творчество. OpenAI: Seeking Information → поиск; Writing → тексты; Technical Help → данные; Tutoring (10,2%) → учёба; остальная Practical Guidance → быт; Multimedia и Self-Expression → творчество [1] [14] [24]	6 макрокатегорий
G2	Доля рабочих запросов на рынке в целом. Недельные обращения × доля рабочих: Алиса AI 164 млн × 10%; ChatGPT 82–206 млн × 30% (ВЦИОМ: 32% контекста; OpenAI в мире: 27%); DeepSeek ≈73 млн (6,1 млн × 12 обращений в неделю — предпосылка без источника, между Алисой AI и оценкой для ChatGPT в России; при 8–16 обращениях объём 49–98 млн) × 30%; GigaChat 15 млн × 20%; прочие ≈20 млн × 25% → 71–108 млн из 354–478 млн, то есть 20–23%; при 8–16 обращениях к DeepSeek — 19–23% [15] [2] [24]	≈20% (грубая оценка)

Источники данных

1. ВЦИОМ, «Нейросети в нашей жизни», интернет-опрос «ВЦИОМ-Онлайн», 25–27 июня 2026, n=3209, 18+ — <http://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/neiroseti-v-nashei-zhizni>
2. ВЦИОМ, «О, дивный нейромир!», 13–15 декабря 2025, n=3239 — <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/o-divnyi-neiromir>
3. ВЦИОМ, «Нейросети: инструмент, а не магия», 13–16 сентября 2025, n=1600 — <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/neiroseti-instrument-a-ne-magija>
4. OMI (Online Market Intelligence), исследование нейросетей, поле 16–23 марта 2026, n=2328 (+102 буст 56–65), пользователи ИИ за 6 месяцев — https://www.omirussia.ru/images_news/OMI%20Report_PromoAge_AI.pdf
5. Mediascope, конференция Mediascope 21.11.2025 (данные за октябрь 2025), пересказ РБК/AdIndex/CNews — https://www.rbc.ru/technology_and_media/21/11/2025/69200cda9a79479ee14684a7
6. Mediascope, «Цифровой Brand Day 2026», презентация А. Честных (данные февраль 2025 — февраль 2026) — http://s://mediascope.net/upload/iblock/3af/9c2jjaq2uovju9oogexn1cau1lpb29lk/DBD_2026_Еком_Mediascope.pdf
7. Mediascope, ПМЭФ-2026, презентации Р. Тагиева и М. Пикулевой (данные апрель 2026) — <https://mediascope.net/news/3330422/>
8. Mediascope, «Аудитория интернета», НРФ, 12.11.2025 (105 млн интернет-пользователей = 86% населения 12+) — http://s://mediascope.net/upload/iblock/539/zgazi40m8k99k5nfm21x50rfx31xdui4/НРФ_Mediascope_Аудитория_Интернет_a.pdf
9. Яндекс, финансовые результаты за II квартал 2026 (29.07.2026) — https://yastatic.net/s3/ir-docs/docs/2026/q2/9616f5e520b9c0d999be8066069d154d/2Q26_Press%20Release_RUS_8066.pdf
10. Яндекс, финансовые результаты за I квартал 2026 (28.04.2026) — <https://yandex.ru/company/news/28-04-2026>
11. Яндекс, финансовые результаты за IV квартал и 2025 год (17.02.2026) — <https://yandex.ru/company/news/17-02-2026>
12. 3DNews со слов Д. Масюка (Яндекс), 09.12.2025: аудитория Алисы AI 65 млн в месяц, 4,5 млн в день — <http://s://3dnews.ru/1133612/yandeks-pohvastalsya-cto-auditoriy-a-alisi-vzletela-na-tret-vsego-za-kvartal>
13. Яндекс, итоги 2025 года для Алисы AI (2,9 млрд запросов), пересказ Habr/Rozetked — <https://habr.com/ru/news/982724/>
14. Яндекс, анализ 100 тыс. обезличенных запросов к Алисе AI, сентябрь 2025 — январь 2026 (06.03.2026) — <https://yandex.ru/company/news/06-03-2026-01>
15. Яндекс, анализ 175 тыс. запросов к Алисе AI о работе, январь–апрель 2026 (15.05.2026), пересказ CNews — http://s://www.cnews.ru/news/line/2026-05-15_yandeks_rasskaz_alkak_rossiyane
16. Сбер, годовой отчёт за 2025 год: MAU GigaChat более 20 млн, более 800 млн запросов (пересказ) — <https://selsup.ru/blog/sber-otchitalsya-za-2025-god-chistaya-pribyl-1-7-trln-gigachat-nabral-20-mln-polzovatelej/>
17. Сбер, ИИ-помощник в СберБанк Онлайн: 6,4 млн человек и 15,8 млн запросов за январь–июль 2026 (через ICT.Moscow) — <https://ict.moscow/projects/ai/research/za-pervye-sem-mesiatsev-2026-goda-personalnym-ii-pomoshchnikom-v-sberbank-onlaine-vospolzovalis-bolshe-6-4-mln-chelovek/>
18. «Билайн.аналитика», I квартал 2026, мобильный трафик (пересказ ixbt) — <https://www.ixbt.com/news/2026/04/21/deepseek-chatgpt-ai.html>
19. Digital Budget, доли входящего веб-трафика ИИ-сервисов в России, январь–октябрь 2025 (Коммерсантъ) — <https://www.kommersant.ru/doc/8231573>
20. Similarweb, публичные страницы доменов, данные за июль 2026 (доли стран, визиты) — <https://www.similarweb.com/website/chat.qwen.ai/>
21. Similarweb, визиты из России в январе 2026 (пересказ Рамблер) — <https://news.rambler.ru/tech/56064470-rossiyskie-neyroseti-naraschivayut-auditoriyu-v-vebe/>
22. Similarweb Pro, Audience → Geography, трафик из России, август 2026 (платная подписка geoboost) — <https://pro.similarweb.com/>
23. a16z, The Top 100 Gen AI Consumer Apps, 6-е издание, 09.03.2026, включая диаграмму «AI Chatbot Market Share by Country» (веб- и мобильный трафик, январь 2026; данные Similarweb и Sensor Tower) — <https://a16z.com/100-gen-ai-apps-6/>
24. Chatterji et al., «How People Use ChatGPT», NBER WP 34255, сентябрь 2025 — <https://www.nber.org/papers/w34255>
25. TechCrunch, 27.02.2026: ChatGPT — 900 млн WAU, 50 млн платных подписчиков — <https://techcrunch.com/2026/02/27/chatgpt-reaches-900m-weekly-active-users>
26. TechCrunch, 21.07.2025: 2,5 млрд сообщений в день в ChatGPT — <https://techcrunch.com/2025/07/21/chatgpt-users-send-2-5-billion-prompts-a-day/>

27. Tailwinds (по данным Sensor Tower), март 2026: ChatGPT DAU/MAU 45%, WAU/MAU 82%; Gemini DAU/MAU 22% — <https://tailwinds.substack.com/p/the-state-of-consumer-ai-part-2-engagement>
28. a16z, State of Consumer AI 2025 (18.12.2025): ChatGPT DAU/MAU 36%, Gemini 21%; Grok 38/9,5 млн — <https://a16z.com/state-of-consumer-ai-2025-product-hits-misses-and-whats-next/>
29. Momentic (по данным Similarweb), май 2026: 5,6 млрд визитов ChatGPT, 255 млн уникальных веб-посетителей — <https://momenticmarketing.com/blog/top-ai-chatbots>
30. Д. Охлопков, «Тренды Telegram-ботов», июль 2026: 304 ИИ-бота, 19,1 млн MAU; 72 универсальных обёртки — 13,2 млн MAU — <https://habr.com/ru/articles/1066040/>
31. Sensor Tower (пересказ kod.ru), загрузки в России за 2025: DeepSeek 13,3 млн, Алиса AI 10,7 млн, Qwen 0,88 млн — <https://kod.ru/alisa-ai-deepseek>
32. QuestMobile (через TechNode), июль 2026: AI-native приложения в Китае — 499 млн MAU (китайский рынок; для оценок по России не используется) — <https://technode.com/2026/07/14/questmobile-chinas-ai-native-apps-reach-499-million-monthly-active-users/>
33. Медуза/vm.ru/iGuides, 14.08.2026: Gemini перестал работать для пользователей из России, в т.ч. через VPN — <https://meduza.io/news/2026/08/14/u-nekotoryh-rossiyan-pereestala-rabotat-neyroset-gemini-dazhe-s-vpn>
34. www1.ru, 27.12.2025: билайн открыл доступ к ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Claude, Grok без VPN абонентам всех операторов — <https://www1.ru/news/2025/12/27/bilain-obe-specil-dostup-k-neirosetiam-dlia-polzovatelei-vsex-sotovyx-operatorov.html>
35. НИУ ВШЭ + РОМИР, май 2026, n=2500, 18–65: 44% пользуются не реже раза в неделю — <https://www.hse.ru/news/expertise/1162855603.html>
36. hh.ru, февраль 2026: 27% используют ИИ в работе, из них 40% — ежедневно — https://www.cnews.ru/news/line/2026-02-20_40_rossiyanokotorye_ispolzuyut
37. SuperJob, 10–23 июня 2026, n=1000: использование ИИ офисными сотрудниками по возрасту и доходу — https://www.cnews.ru/news/line/2026-07-02_3_ofisnyh_sotrudnikov_skrivyayut
38. «Авито Работа» + «Нетология», август 2026, n>7000: 48% работающих используют ИИ, 17% регулярно — https://www.cnews.ru/news/line/2026-08-10_avito_rabota_i_netologiya
39. Всемирный банк (WDI), структура населения России по полу и 5-летним группам, 2024 — <https://api.worldbank.org/v2/country/RUS/indicator/SP.POP.I014.MA.5Y?format=json&date=2024>
40. Росстат: численность населения России 146,0 млн на 01.01.2025 (цит. по МТС AdTech / Wikipedia) — https://en.wikipedia.org/wiki/Demographics_of_Russia
41. Medialogia + МТС AdTech, декабрь 2025: 32 млн уникальных пользователей чат-ботов в браузерах, январь–ноябрь 2025 — https://www.mlg.ru/blog/viral_smm/medialogiya-i-mts-adtech-v-rossii-neyrosetyami-polzuyutsya-bolshe-zhenshchin-chem-muzhchin/
42. Anthropic Economic Index, январь 2026: Claude.ai — 46% рабочий контекст, 34% программирование — <https://anthropic.com/research/anthropic-economic-index-january-2026-report>
43. EMARKETER, 24.10.2025: 2,1% разговоров с ChatGPT касаются товаров (по данным OpenAI) — <https://www.emarketer.com/content/chatgpt-minimal-influence-on-ecommerce-sales-for-now>
44. New Retail, 21.08.2026 (данные Яндексa): 12% запросов в чате с Алисой AI — покупательские; трафик в e-commerce через Алису AI ×4,6 за год — https://new-retail.ru/novosti/retail/trafik_v_e-commerce_cherez_alisu_ai_uvelichilsya_v_4_6_raza_za_god/
45. Data Insight при поддержке Яндексa, «Перспективы агентной коммерции в России», 21.08.2026 — <https://datainsight.ru/agent-commerce2026>
46. Kaiser & Schulze, «ChatGPT Referrals to E-Commerce Websites», Marketing Science, 2025/2026 (973 сайта) — https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5585812
47. Adobe Analytics, ИИ-трафик на розничные сайты США: конверсия +54% (май 2026), рост ×14 с октября 2024 — <https://www.digitalcommerce360.com/2026/06/17/adobe-ai-referred-traffic-to-retail-sites-doubles-in-a-year/>
48. Яндекс + «РБК Исследования рынков», март 2026, n=1850: 35% интернет-покупателей используют ИИ при выборе товаров — <https://ppc.world/news/kazhdyy-tretiy-rossiyanin-ispolzuet-ii-dlya-vybora-i-pokupki-tovarov-issledovanie/>
49. AIMonitor.pro, июнь 2026: 45% покупали по совету ИИ хотя бы раз, 5% — регулярно, 96% перепроверяют — <https://news.rambler.ru/tech/56677896-45-rossiyan-pokupali-po-sovetu-ii/>
50. Sidorin Lab + BrandFound, август 2026: в 24% ответов нейросети не называют конкретный банк — <https://www.omnews.ru/content/246943/2026-08-18/2026-w34/1010/neyroseti-pri-vybore-banka-chasche-orientiruyutsya-populyarnost-brenda>
51. Pew Research Center, «Americans and AI 2026», февраль 2026, n=5119: 49% взрослых США пользовались чат-ботами, 24% — ежедневно — <https://www.pewresearch.org/internet/2026/06/17/americans-and-ai-2026-chatbots-smart-devices-and-views-on-impact/>
52. Reuters Institute, Generative AI and News Report 2025: еженедельно пользуются ИИ 34% взрослых в 6 странах — <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/generative-ai-and-news-report-2025-how-people-think-about-ais-role-journalism-and-society>
53. Tailwinds (Sensor Tower), февраль 2026: WAU категории ИИ ~1,2 млрд, ChatGPT ~70%, Gemini 15–20% — <https://tailwinds.substack.com/p/the-state-of-consumer-ai-part-1-usage>

54. «Лаборатория Касперского», сентябрь 2025, n=2026: 26% школьников старше 10 лет используют нейросети — <http://science.mail.ru/news/47645-pochti-50-starsheklassnikov-proveryayut-zadaniya-s-pomoshyu-ii/>
55. Alphabet, итоги II квартала 2026: Gemini 950 млн MAU; DAU утроился за год — <https://blog.google/company-news/inside-google/message-ceo/alphabet-earnings-q2-2026/>
56. OpenAI, «Building abundant intelligence», 31.07.2026: более 1 млрд активных пользователей — <https://openai.com/index/building-abundant-intelligence/>
57. Russian Field, 15–22 апреля 2026, n=1600: 40% россиян активно пользуются VPN — <https://www.securitylab.ru/news/572416.php>
58. Коммерсантъ, август 2026: структура потребления токенов на Yandex AI Studio и MWS Cloud, H1 2026 — <http://www.kommersant.ru/doc/8878400>
59. Brand Analytics, индекс популярности нейросетей по упоминаниям, март–май 2026 — <https://brandanalytics.ru/blog/top-15-ai-in-russia-2026>
60. Импульс.гуру / Т-Бизнес, опрос 3000 пользователей, январь 2025 — апрель 2026: 2,2 сервиса на пользователя; Claude 13,1% — <https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/kak-brandam-ne-ischeznut/>
61. МТС Линк, опрос n=1010, II квартал 2026: 27% платят за ИИ-сервисы (сами или через работодателя), средний чек 3 500 руб./мес (ComNews) — <https://www.comnews.ru/content/246111/2026-07-01/2026-w27/1010/rossiyane-predpochli-otechestvennye-ii-modeli-mirovym-lideram-rynka>
62. «Ведомости», 10.08.2026: телевизионная реклама GigaChat в I полугодии 2026 выросла примерно в 4 раза (10 870–12 366 GRP) — <https://www.vedomosti.ru/media/articles/2026/08/10/1219864-sber-narastil-zatrati-na-reklamu-gigachat>
63. Anthropic Economic Index, «Cadences», 26.06.2026: доля личных разговоров с Claude ~35% в будни и ~50% в выходные — <https://www.anthropic.com/research/economic-index-june-2026-report>

Дополнительно использованы: ВЦИОМ «Нейросети: инструмент, а не магия» (сентябрь 2025), «Медиалогия» и МТС AdTech (декабрь 2025), Sensor Tower State of AI 2026, Alphabet (II кв. 2026), OpenAI (июль 2026), Pew Research Center (2026), Reuters Institute (2025), Anthropic Economic Index (2025–2026), Brand Analytics (март–май 2026), Russian Field (апрель 2026). Полные досье источников (около 250 URL) хранятся в папке Research проекта.

СЛЕДУЮЩЕЕ ИССЛЕДОВАНИЕ · ОСЕНЬ 2026

Как нейросети выбирают бренды

Какие источники и признаки определяют попадание бренда в ответ Алисы AI, ChatGPT, GigaChat и DeepSeek, как различаются рекомендации по категориям и что конвертируется в переходы и заказы. Данные — мониторинг ответов по семи движкам и открытые исследования 2025–2026 годов.



geoboost измеряет видимость брендов в ответах нейросетей — ChatGPT, Алисы AI, GigaChat, DeepSeek, Perplexity, Gemini и Claude — и помогает в неё попадать. geoboost.pro

АВТОРЫ

Никита Худов
Артём Букликов
Анастасия Пименова
geoboost · исследования
и аналитика

ЦИТИРОВАНИЕ

Худов Н., Букликов А., Пименова А. Использование LLM в России — 2026. geoboost, сентябрь 2026. При использовании данных ссылка на исследование обязательна; расчётные показатели помечены как оценки geoboost.