

**А.В. ШИШКИН, Е.Н. МЖЕЛЬСКИЙ**

## **МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЖИТЕЛЕЙ МОСКВЫ В ВЫБОРЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ СПОСОБОВ ПЕРЕДВИЖЕНИЯ**

*В статье представлен маркетинговый анализ предпочтений жителей Москвы в выборе альтернативных способов передвижения на фоне роста автомобилизации и увеличения дорожных заторов. Исследование основано на данных опросов 2021–2024 гг. и официальной статистике Департамента транспорта Москвы, что позволяет оценить текущую ситуацию с распределением пассажиропотока между личным и общественным транспортом. Опрос показал, что большинство москвичей не планируют приобретать автомобиль, а некоторые автовладельцы готовы ограничить его использование или полностью отказаться от личного транспорта. Ключевыми факторами при выборе альтернативных способов передвижения жители называют безопасность, стоимость, комфорт и скорость поездки, при этом метро и МЦК остаются наиболее популярными видами транспорта благодаря их надежности и скорости, а такси и МЦД набирают популярность из-за повышенного комфорта. Особый интерес для приложения маркетинговых усилий представляют две группы населения: молодежь 18–30 лет, которая изначально более склонна к использованию общественного транспорта, и люди среднего возраста 30–50 лет, использующие автомобиль нерегулярно, но готовые к переходу на альтернативные варианты. Полученные результаты демонстрируют потенциал для реализации городских транспортных стратегий, направленных на снижение нагрузки на дорожную сеть, и подчеркивают важность учета поведенческих и демографических особенностей населения при разработке маркетинговых программ и инфраструктурных решений.*

**Ключевые слова:** Москва, маркетинг, маркетинговые исследования, транспортный маркетинг, общественный транспорт, альтернативные виды транспорта.

**JEL:** M31, M38, L92

В настоящее время многие крупные города мира сталкиваются с проблемой роста автомобилизации жителей, пробки на дорогах встречаются все чаще. Власти и транспортные департаменты лидирующих городов мира обеспокоены данной проблемой и принимают различные меры

для снижения заторов на дорогах. При этом глобально существуют два способа снижения пробок. Первый — принятие уровня автомобилизации как данность и работа над снижением заторов различными методами. Второй — стимулирование жителей к использованию альтернативных способов перемещения. Власти большинства развитых мегаполисов в сфере транспорта, понимая, что *невозможно адаптироваться к бесконечно растущему количеству транспортных средств* на улично-дорожной сети, уже закладывают в свои долгосрочные стратегии развития меры по пересадке людей с личного транспорта на альтернативные способы перемещения (второй способ решения проблемы).

Под альтернативными способами передвижения, как правило, понимается перемещение любым способом, кроме личного автомобиля. Это может быть перемещение пешком, на средствах индивидуальной мобильности (велосипеды и самокаты), на общественном транспорте (метро, трамвай, автобус), на такси и каршеринге. Решение проблемы пробок данным способом (стимулирования пересадки на альтернативные виды транспорта) главным образом направлено на изменение поведения, привычек жителей и соответственно должно учитывать характеристики аудитории, их взгляды, мнения и т.д. Москва, как и другие крупные мегаполисы, сталкивается с подобной проблемой, и первым шагом (при реализации второго способа решения проблемы) к ее решению должно стать именно понимание текущей ситуации в части настроений, мнения людей и их отношения к переходу на альтернативные способы перемещения.

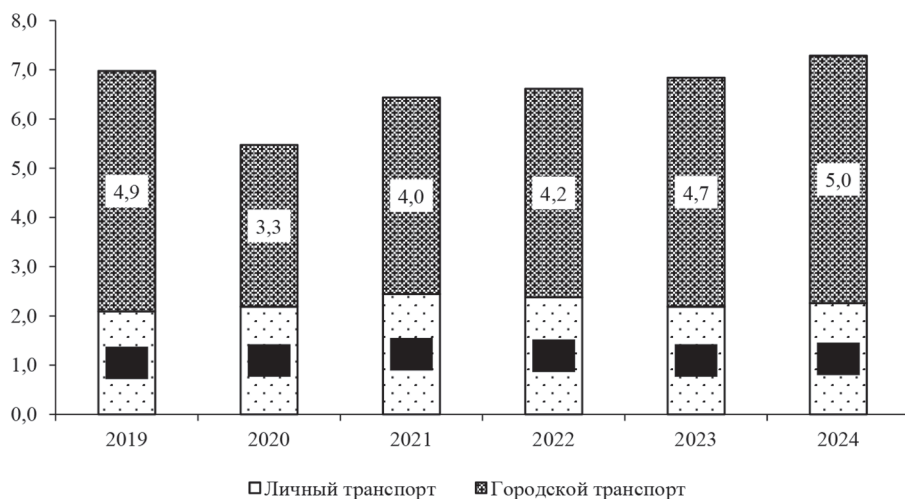
### ***Текущий уровень автомобилизации и распределение поездок в Москве по видам транспорта***

На текущий момент ситуация с пробками в Москве не критична, но требует внимания. По состоянию на 2023 г. среднесуточное количество машин на улично-дорожной сети города в 2,8 млн создает загруженность в 7–8 баллов. Принимая во внимание рост населения города, Департамент транспорта Москвы оценивает к 2030 г. увеличение количества транспортных средств на дорогах до 3,3 млн (при отсутствии мер, направленных на их снижение), что приведет к пробкам в 9–10 баллов. Для комфортного передвижения жителей власти города ориентируются на достижение средней загруженности в 5–6 баллов, что эквивалентно 2,5 млн машин в сутки на улично-дорожной сети<sup>1</sup>.

Однако наиболее интересным для целей исследования будет изучение не только общих значений поездок на автомобилях, но и *распределения пассажиропотока между личным транспортом и альтернативными видами транспорта* [1]. Рисунок 1 показывает данное распределение с 2019 г.

---

<sup>1</sup> Комплексная программа развития транспортного комплекса города Москвы до 2030 года // ГУП «Московский метрополитен». URL: [https://mosmetro.ru/static/etp-new/docs/moscow\\_transport\\_complex\\_development\\_program\\_2030.pdf](https://mosmetro.ru/static/etp-new/docs/moscow_transport_complex_development_program_2030.pdf) (дата обращения: 05.05.2025).

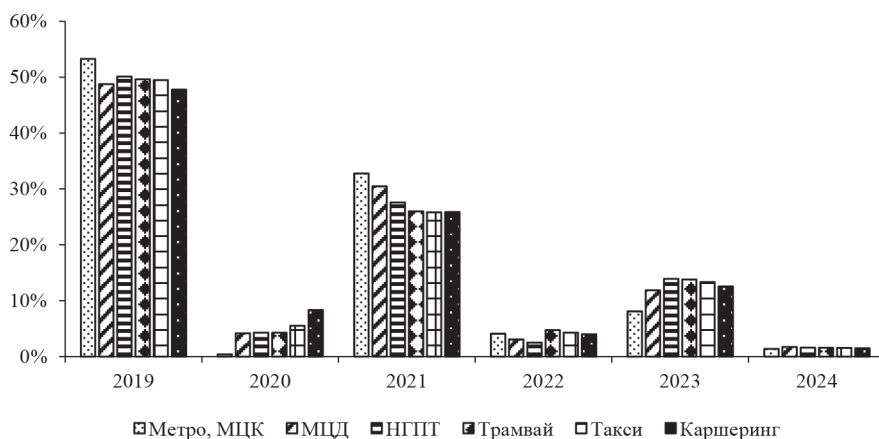


**Рис. 1. Количество поездок в Москве по типам транспорта, млрд**

Источник: составлено по: [1].

Как можно заметить из диаграммы, общее число поездок снизилось в 2020 г. в связи с эпидемиологическими ограничениями и превысило уровень 2019 г. лишь в 2024 г. Что касается динамики соотношения личного и городского транспорта, наивысшая доля городского транспорта наблюдается в 2019 г. (70% от общего числа поездок). В 2020 г. произошло резкое снижение доли городского транспорта до 60%. В последующие годы наблюдалось плавное увеличение доли (по 2–4 п.п. ежегодно), в 2024 г. приблизившееся к показателям 2019 г. (69%).

Рассмотрим более подробно *структуру поездок на городском транспорте*, а также обобщенные и обработанные данные по количеству поездок в динамике за период 2019–2024 гг. (см. рис. 2).



**Рис. 2. Доля поездок по видам городского транспорта в Москве, в % от общего количества поездок на городском транспорте**

Источник: составлено по: [1].

Сравнивая доли количества поездок на различных видах транспорта от общего количества поездок, можно сделать выводы о наибольшей популярности:

- 1) метрополитена и МЦК с долей от всех поездок около 50%;
- 2) автобусов и электробусов (НГПТ — наземный городской пассажирский транспорт) с долей более 25%;
- 3) такси, поездки на котором составляют более 10%.

Трамвай, каршеринг и МЦД занимают меньшую долю (менее 10% от общего числа поездок на городском транспорте).

Оценивая изменения в структуре поездок городского транспорта, можно сделать вывод, что наиболее динамично развивающимся способом передвижения становится МЦД (рост с 20 млн поездок до 419 млн за 6 лет). Несмотря на колебания в количестве поездок (размах вариации — 5%), метро и МЦК во все годы остаются наиболее популярным городским транспортом. Что касается НГПТ, наблюдается снижение в 2019–2021 гг. Однако в 2022–2024 гг. доля поездок зафиксировалась на 26%. Доля каршеринга практически стабильна во все годы, и составляет около 1,5%. Доля такси росла до 2021 г., а затем стабилизировалась на уровне 13–14%. Доля трамваев также относительно стабильна и составляет от 3 до 5%.

### ***Описание данных, используемых в исследовании***

Изучение *общественного мнения жителей* по вопросу сокращения использования личного транспорта главным образом основывалось на вторичных данных<sup>2</sup>, а именно на опросах Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Так, источники [2–5] основаны на единой методологии опроса, принятой в организации. В рамках опроса опрашиваются 1 600 россиян в возрасте от 18 лет методом телефонного интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров. Выборка извлечена из полного списка телефонных номеров, задействованных на территории Российской Федерации. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Для данной выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 2,5%. Далее авторами из общей выборки россиян были выделены ответы жителей Москвы, которые в дальнейшем использовались для анализа.

Помимо опросов ВЦИОМ, использовался анкетный опрос [6], проведенный на онлайн-сервисе «Яндекс.Взгляд» с условиями таргетинга 18–24 и 25–34, географическое положение — Москва, в рамках которого было получено 178 ответов.

---

<sup>2</sup> Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования: учебное пособие. 5-е изд., стер. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2023. С. 30.

### *Анализ предпочтений жителей Москвы в выборе способов передвижения*

Глобально при анализе предпочтений жителей и ответа на вопрос о способах передвижений стоит рассмотреть три направления:

- описание сегментов аудиторий, пользующихся личным транспортом;
- отношение жителей к переходу с личного транспорта на альтернативные виды транспорта;
- отношение жителей к альтернативным видам транспорта.

**Сегменты, использующие личный транспорт.** Первым этапом при описании решения проблемы с переходом жителей с личного транспорта (ЛТ) на общественный может служить описание текущей ситуации в части отношения и использования жителями личного транспорта, т.е. *сегментов аудитории, на которые впоследствии будут направлены маркетинговые усилия*. База данных опроса от 2021 г. [5] обусловила информацию по количеству аудитории и ее характеристикам. Данные представлены в *таблице 1*.

*Т а б л и ц а 1*

*Описание сегментов, использующих личный транспорт, %*

Ответ респондента	Количество респондентов по частоте использования	Изменения в частоте использования ЛТ за последний год	По возрастным категориям (с наибольшей долей)
Не пользуюсь	46	—	30–40 лет – 25, 50–60 лет – 19, 18–30 лет и 70+ – по 16
Несколько раз в месяц / эпизодически	19	Так же – 48, реже – 48, чаще – 4	40–50 лет – 26, 50–60 лет – 22, 70+ лет – 17
Несколько раз в неделю	13	Так же – 44, реже – 38, чаще – 19	40–50 лет – 38, 60–70 и 70+ лет – по 19, 50–60 лет – 13
Практически ежедневно	22	Так же – 70, реже – 11, чаще – 19	30–40 лет – 41, 40–50 – 22, 50–60 лет – 19

*Источник:* составлено по: [5].

Из *таблицы 1* видно, что количество регулярных пользователей личным транспортом составляет лишь 22% от всего населения Москвы, 32% – используют личный транспорт для нерегулярных поездок, а 46% – не используют вовсе. При этом постоянные пользователи личного транспорта в меньшей мере склонны изменять своим привычкам в части

выбора способа перемещения. При этом нерегулярные пользователи личного транспорта в большей мере склонны к сокращению количества поездок на автомобилях.

В части демографических характеристик можно заметить, что *наиболее часто личный транспорт эксплуатируется людьми в среднем возрасте (30–50 лет)*. Возрастное население (старше 50 лет) также составляет значительную долю.

Для понимания будущих тенденций автомобилизации также целесообразно рассмотреть *запросы граждан в части покупки личного транспорта*. Результаты опроса, проведенного в 2023 г. [2], представлены в *таблице 2*.

Т а б л и ц а 2

Мнение жителей о покупке личного автомобиля, %

Возраст	Да, в ближайшие 2–3 года	Да, в течение ближайшего месяца	Да, в течение года	Да, в течение полугода	Затрудняюсь ответить	Нет
18–30	10	5	5	5	0	75
30–40	20	0	9	0	0	71
40–50	24	0	4	4	0	68
50–60	8	0	0	4	4	85
60–70	0	0	4	0	0	96
70+	5	0	0	0	0	95
Все возрастные группы	12	1	4	2	1	81

Источник: составлено по: [2].

- Из представленной таблицы можно сделать следующие выводы:
1. Большинство населения Москвы (81%) не планирует покупать автомобиль.
  2. Группа, наиболее расположенная к покупке автомобиля, – в возрасте 40–50 лет, наименее – в возрасте 60+ лет; группа в возрасте 18–40 лет купит автомобиль со средней вероятностью.
  3. Группа, наиболее склонная к покупке автомобиля в ближайшее время, – в возрасте 30–40 лет.

**Отношение жителей к отказу от личного транспорта.** Для комплексного рассмотрения вопроса по отказу жителей от личного транспорта требуется проанализировать, во-первых, готовность людей в принципе отказаться от использования личного транспорта. Во-вторых, необходимо понять основные барьеры, препятствующие переходу на альтерна-

тивные виды транспорта. В-третьих, нужно выявить факторы, которые принимаются во внимание при переходе с личного транспорта.

В 2022 г. в рамках дня отказа от автомобиля был проведен опрос [3], в котором 47% жителей на вопрос о возможности отказа от личного автомобиля или ограничения пользования им ответили отрицательно. При этом 28% допустили ограничение, а 14% допустили полный отказ. Однако эти результаты сложно оценить без их сопоставления с наличием у респондентов автомобиля. Уточненная аналитика приведена в таблице 3.

Т а б л и ц а 3

*Мнение жителей о об ограничении и отказе от личного транспорта, %*

Ответ респондента	Есть больше одного автомобиля	Есть один автомобиль	Нет автомобиля
Допускаю ограничение	42,31	33,33	14,29
Допускаю полный отказ	0,00	10,00	26,53
Затрудняюсь ответить	0,00	5,00	24,49
Не допускаю ни ограничение, ни отказ от личного авто	57,69	51,67	34,69

Источник: составлено по: [3].

Как можно заметить, 43% респондентов, имеющих один автомобиль, допускают отказ (10% от сегмента имеющих один автомобиль) или ограничение личного транспорта (33% от сегмента имеющих один автомобиль). При этом водители, имеющие два и более автомобиля, допускают лишь ограничения в использовании (42% от группы имеющих более одного автомобиля). Сегмент, не имеющий автомобиля, в меньшей степени не допускает ни ограничение, ни отказ от личного авто. Однако мнение данного сегмента менее важно для целей исследования, поскольку *работа с ним не приведет к решению проблемы* снижения количества личного транспорта на дорогах города.

Наиболее интересна для анализа группа, допускающая отказ или ограничения и имеющая автомобиль, т.к. *именно она изначально наиболее расположена к переходу* и способна сократить количество личных транспортных средств на улично-дорожной сети города. Большинство этой группы – молодежь (20–30 лет), ее доля составляет 27% от общей выборки. Второй по популярности диапазон – 40–50 лет с долей в 22%. Население в возрастах 30–40 лет и 50–60 лет составляет по 14% от опрошенных. Большинство группы имеет средний доход (59%) и 32% оценивают свое финансовое состояние как хорошее. Население, готовое к отказу, на 46% состоит из сотрудников, работающих в найме, 35% составляют пенсионеры (работающие и неработающие).



Далее рассмотрим *основные барьеры, препятствующие отказу от личного транспорта* или снижению его использования. Если говорить о полном отказе, жители, имеющие один автомобиль и более, на вопрос «Назовите, пожалуйста, причины, по которым Вы не допускаете полный отказ от личного авто» (можно было указать до трех причин) наиболее часто отмечали комфорт, удобство и простоту использования этого вида транспорта (23% ответов). Второй по популярности ответ связан с рекреационными поездками на дачу или за город (10% ответов). Суммированная доля по ответам, связанным с объективной необходимостью, составила 28%<sup>3</sup>. Подобная группировка была проведена по барьерам, связанным с работой общественного транспорта; доля от ответов составила 8%<sup>4</sup> [3].

Принимая во внимание то, что часть жителей готова сократить поездки на личном транспорте, попытаемся определить, *по каким критериям население выбирает альтернативные способы перемещения*. Ответы жителей на вопрос «На какие критерии Вы будете обращать внимание в первую очередь при выборе альтернативы личному автомобилю?» приведен в *таблице 4* (в рамках опроса допускался ответ не более чем на 3 критерия одновременно) [4].

Т а б л и ц а 4

*Критерии выбора альтернативного вида транспорта, %*

Ответ респондента	Все опрошенные	Нет детей	Есть дети до 6 лет	Есть дети от 7 до 12 лет	Есть дети от 13 до 17 лет
Безопасность	41	36	46	46	40
Стоимость поездки	39	43	39	35	38
Комфорт поездки в целом	38	42	35	35	36
Скорость поездки	38	43	37	35	25
Удобство маршрута	29	32	24	33	27
Удобство передвижения с детьми	22	9	38	30	26

Источник: составлено по: [4].

<sup>3</sup> В категорию были включены ответы, связанные с перевозкой детей, поездками на работу с водителем, жизнью респондента за городом, проблемами со здоровьем у респондента, его детей или родственников, экстренными ситуациями.

<sup>4</sup> В группировку были включены причины, связанные с плохой работой общественного транспорта, его отсутствием и большей стоимостью поездки в сравнении с личным транспортом.



Таким образом, главным критерием для всех опрошенных является *безопасность*. Стоимость, комфорт и скорость поездки также занимают большую долю среди ответов респондентов. При этом также важно обратить внимание на различное соотношение важности критериев в зависимости от наличия детей. Так, для более молодого поколения наиболее важны стоимость и скорость поездки. В то же время для жителей с детьми наиважнейший критерий — безопасность. Инфраструктура для комфорта перемещения с детьми играет важную роль при возрасте ребенка до 6 лет, в других категориях значимость критерия ниже.

Как уже было указано выше, молодежь — одна из наиболее предпочтительных аудиторий, на которую могут быть направлены мероприятия по переходу на альтернативные виды транспорта. В силу этих причин целесообразно рассмотреть ее поподробнее.

Опрос, проведенный в 2022 г., выявил, что большинство жителей от 18 до 34 лет пользуются личным транспортом для поездок за город и за покупками. Жители отвечали на вопрос о главных преимуществах личного транспорта; одной из наиболее частых причин назывался комфорт передвижения с максимальной приватностью. В противовес этому главным недостатком использования общественного транспорта называется низкий уровень комфорта при передвижениях в час пик. В качестве недостатков владения автомобилем отмечаются сложности с поиском парковочного места, стоимость содержания и обслуживания, а также необходимость получения водительского удостоверения [6].

**Отношение жителей к альтернативным видам транспорта.** В качестве наиболее общего показателя отношения москвичей к транспорту можно отнести уровень удовлетворенности (степень соответствия ожидаемых и реальных качеств приобретенного продукта/услуги)<sup>5</sup>. Так, по данным Департамента транспорта Москвы, в 2023 г. *91% жителей положительно оценили развитие транспорта в городе за 10 лет*. Что касается более детальной аналитики, в среднем удовлетворенность пассажиров МЦК составила 98%, метро — 94%, МЦД — 90%, трамваями — 88%, электробусами и автобусами — 84%, электричками — 58%<sup>6</sup>.

Для конкретизации *выводов, на основе которых могут быть приняты управленческие решения*, рассмотрим ключевые преимущества, которые ценят жители при выборе общественного транспорта. В рамках опроса, проведенного в 2021 г. [5], жителей попросили указать основной вид транспорта, используемый для перемещений по городу, затем были уточнены причины, почему москвичи считают его таковым. Обработанные результаты представлены в *таблице 5*<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности: учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. М.: ИНФРА-М, 2025. С. 126.

<sup>6</sup> Комплексная программа развития транспортного комплекса города Москвы до 2030 года // ГУП «Московский метрополитен». URL: [https://mosmetro.ru/static/etp-new/docs/moscow\\_transport\\_complex\\_development\\_program\\_2030.pdf](https://mosmetro.ru/static/etp-new/docs/moscow_transport_complex_development_program_2030.pdf) (дата обращения: 05.05.2025).

<sup>7</sup> В рамках ответа на вопрос, возможно было выбрать до двух причин, в таблице указана доля отдельных причин от суммы всех ответов по виду транспорта.

Т а б л и ц а 5

**Причины выбора альтернативного вида транспорта по видам, %**

Ответ респондента	Метро	МЦК, МЦД	НГПТ	Такси
Удобное расположение остановки, станции	17	13	23	4
Надежность транспортного средства	10	0	5	0
Комфорт совершения поездки	0	38	10	25
Скорость совершения поездки (время в пути)	33	25	3	21
Удобное расписание	6	0	8	4
Наличие льгот на проезд	6	25	13	0
Безопасность совершения поездки	8	0	5	4
Отсутствие необходимости искать и (или) оплачивать парковку	5	0	5	4
Подходящая цена	5	0	8	4
Защита от заражения коронавирусной инфекцией	1	0	3	21
Нет альтернативных видов транспорта	2	0	10	4
Прочие причины	5	0	5	8

Источник: составлено по: [5].

Результаты опроса позволили сделать следующие выводы.

В метро жители наиболее ценят скорость совершения поездки, количество станций рельсового каркаса (что позволяет быстро добираться до станции), надежность транспортного средства.

При поездках на МЦК и МЦД люди отмечают комфорт передвижения, скорость перемещения, наличие льгот (скорее респонденты подразумевают программу, позволяющую бесплатно пересеживаться между метро, МЦК и МЦД). В отличие от метро, удобство расположения станций, хоть и указывается респондентами как плюс, однако в меньшем количестве, что также подтверждается результатами глубинных интервью [7, с. 86].

Удобство расположения остановки отмечается как наиболее популярное преимущество НГПТ. При этом данный вид транспорта также может выбираться в силу льгот на проезд, отсутствия альтернатив и из-за комфорта.

Основные плюсы такси по мнению жителей – скорость и комфорт поездки.

### Заключение

Результаты анализа данных общественного мнения о вопросах использования альтернативных видов транспорта *подтверждают возможность снижения количества личных транспортных средств* на улично-дорожной сети города (к отказу от личного транспорта или его ограничению готовы ~ 43% жителей города).

При этом у Москвы существуют реальные предпосылки к достижению поставленных целей, т.к. значительная часть населения не имеет и не планирует покупать автомобиль. Также стоит учесть, что часть населения, имеющая личный транспорт, уже снижает частотность поездок.

По итогам анализа мнений жителей можно выделить два наиболее перспективных сегмента для приложения маркетинговых усилий.

Первый сегмент — молодежь, работа с которой должна вестись в рамках пропаганды отказа от личного транспорта. Выбор этого сегмента обусловлен наибольшей вероятностью достижения положительного результата (сегмент и так не только готов отказаться от личного транспорта, но и использует его реже в целом), а также более долгим влиянием на загруженность улично-дорожной сети города (в силу большего оставшегося времени жизни).

Второй сегмент — жители города среднего возраста, использующие личный транспорт для нерегулярных поездок. Данный сегмент также имеет высокую вероятность отказа от автомобиля, при этом оказывает значительное влияние на загруженность на дорогах в настоящий момент.

При разработке и улучшении текущих услуг по транспортировке пассажиров следует учитывать основные критерии их выбора: комфорт, безопасность, стоимость, скорость перемещения. При этом каждый из видов городского транспорта может ориентироваться на один-два критерия из списка наиболее желанных жителями, принимая во внимание также качество каждого способа перемещения, высоко оцениваемого пассажирами.

### Список литературы

1. Открытые данные: департамент транспорта г. Москвы // Московский транспорт. URL: [https://transport.mos.ru/mostrans/for\\_journals/data](https://transport.mos.ru/mostrans/for_journals/data) (дата обращения: 05.05.2025).

2. Автомобилизация России: мониторинг — 2023 // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtomobilizacija-rossii-monitoring> (дата обращения: 05.05.2025).

3. День без автомобиля — 2022 // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/den-bez-avtomobilja-2022> (дата обращения: 05.05.2025).

4. Личное авто: отказаться нельзя оставить // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lichnoe-avto-otkazatsya-nelzya-ostavit> (дата обращения: 05.05.2025).

5. Тренды в городском транспорте – 2021 // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendy-v-gorodskom-transporte-2021> (дата обращения: 05.05.2025).

6. Качарова Г.Г. Личный транспорт против общественного: транспортное поведение молодежи Москвы при новой модели городской мобильности. URL: <https://olymp.hse.ru/mirror/pubs/share/841501189.pdf> (дата обращения: 05.05.2025).

7. Аспекты маркетингового управления деятельностью и развитием предпринимательских структур на общественном транспорте: монография / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука. М.: ИНФРА-М, 2019. 195 с.

## References

1. Otkrytye dannye: departament transporta g. Moskvy [Open Data: Moscow Department of Transport], *Moskovskii transport* [Moscow Transport]. Available at: [https://transport.mos.ru/mostrans/for\\_journs/data](https://transport.mos.ru/mostrans/for_journs/data) (accessed 05 May 2025).

2. Avtomobilizatsiia Rossii: monitoring – 2023 [Motorization of Russia: Monitoring – 2023], *VTsIOM* [VTsIOM]. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtomobilizatsiya-rossii-monitoring> (accessed 05 May 2025).

3. Den' bez avtomobilja – 2022 [Day Without a Car – 2022], *VTsIOM* [VTsIOM]. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/den-bez-avtomobilja-2022> (accessed 05 May 2025).

4. Lichnoe avto: otkazat'sia nel'zia ostavit' [Personal Car: You Can't Refuse It, You Can't Leave It], *VTsIOM* [VTsIOM]. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lichnoe-avto-otkazatsya-nelzya-ostavit> (accessed 05 May 2025).

5. Trendy v gorodskom transporte – 2021 [Trends in Urban Transport – 2021], *VTsIOM* [VTsIOM]. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendy-v-gorodskom-transporte-2021> (accessed 05 May 2025).

6. Kacharava G.G. Lichnyi transport protiv obshchestvennogo: transportnoe povedenie molodezhi Moskvy pri novoi modeli gorodskoi mobil'nosti [Personal Versus Public Transport: Transport Behavior of Moscow Youth Under the New Model of Urban Mobility]. Available at: <https://olymp.hse.ru/mirror/pubs/share/841501189.pdf> (accessed 05 May 2025).

7. Aspekty marketingovogo upravleniia deiatel'nost'iu i razvitiem predprinimatel'skikh struktur na obshche-stvennom transporte, monografiia [Aspects of Marketing Management of Activities and Development of Entrepreneurial Structures in Public Transport. Monograph], edited by I.I. Skorobogatykh, R.R. Sidorchuk. Moscow, INFRA-M, 2019, 195 p.

## MARKETING ANALYSIS OF MOSCOW RESIDENTS' PREFERENCES IN CHOOSING ALTERNATIVE MODES OF TRANSPORTATION

*The article presents a marketing analysis of Moscow residents' preferences in choosing alternative modes of transportation against the backdrop of increasing car ownership and growing traffic congestion. The study is based on survey data from 2021–2024 and official statistics from the Moscow Department of Transport, allowing for an assessment of the current distribution of passenger traffic between private and public transport. The survey revealed that most Muscovites do not plan to purchase a car, while some car owners are willing to limit or completely abandon private vehicle use. Key factors influencing the choice of alternative*

transportation include safety, cost, comfort, and travel speed, with the metro and the Moscow Central Circle (MCC) remaining the most popular options due to their reliability and speed, while taxis and the Moscow Central Diameters (MCD) are gaining popularity due to increased comfort. Two demographic groups are of particular interest for marketing efforts: young people aged 18–30, who are initially more inclined to use public transport, and middle-aged individuals (30–50), who use cars irregularly but are open to switching to alternatives. The findings demonstrate the potential for implementing urban transport strategies aimed at reducing road network congestion and highlight the importance of considering behavioral and demographic factors when developing marketing programs and infrastructure solutions.

**Keywords:** Moscow, marketing, marketing research, transport marketing, public transport, alternative modes of transportation.

JEL: M31, M38, L92

Дата поступления — 08.05.2025

Принята к печати — 09.06.2025

**ШИШКИН Анатолий Викторович**

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры маркетинга, заведующий научно-исследовательской лабораторией «Маркетинговые исследования транспортного комплекса»;

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» / Стремянный пер., д. 36, г. Москва, 109992.

e-mail: shishkin.av@rea.ru

**МЖЕЛЬСКИЙ Евгений Николаевич**

главный специалист Отдела стратегических проектов Инновационного центра службы безопасности;

ГУП «Московский метрополитен» / проспект Мира, д. 41 стр. 2, г. Москва, 129110.

e-mail: jouh@bk.ru

**SHISHKIN Anatoly V.**

Dr. Sc. (Econ.), Professor, Professor of the Department of Marketing, Head of the Research Laboratory “Marketing Research in Transport Complex”;

Federal State Budget Educational Institution of Higher Education “Plekhanov Russian University of Economics” / 36, Stremyanny lane, Moscow, 109992.

e-mail: shishkin.av@rea.ru

**MZHELSKIY Evgeniy N.**

Lead Specialist of the Strategic Projects Department of Innovation Center of the Security Service;

State Unitary Enterprise “Moscow Metro” / 41, Mira Av., Building 2, Moscow, 129110.

e-mail: jouh@bk.ru

**Для цитирования:**

Шишкин А.В., Мжельский Е.Н. Маркетинговый анализ предпочтений жителей Москвы в выборе альтернативных способов передвижения // Федерализм. 2025. Т. 30. № 2 (118). С. 66–78. DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2073-1051-2025-2-66-78>