

Пользование Московским метрополитеном

Москва, Июль 2014



TNS Россия
www.tns-global.ru
т. +7 (495) 935-87-18
ф. +7 (495) 626-52-28

Part of the **KANTAR MEDIA** Network

Источник информации

- ❑ Отчет подготовлен по данным проекта **Marketing Index Москва**
- ❑ Описание исследования:

Генеральная совокупность	Население Москвы в возрасте от 16 лет* (10.26 млн.чел.)
Метод сбора данных	анкета на самозаполнение
Период	I полугодие 2014
Выборка	4212 респондентов

* Далее в отчете 'москвичи 16+ лет'. В исследовании не учитываются жители других городов/стран.

Точность данных социологического исследования

При работе с данными социологических исследований необходимо помнить, что все приведенные в таблицах и графиках значения получены в результате статистической обработки результатов опроса. Поэтому каждому рассчитанному значению в таблицах соответствует некоторый интервал, характеризующий точность данного результата.

Основной характеристикой при оценке точности результатов является объем выборки. Чем больше выборка, тем меньше доверительный интервал, в котором лежит истинное значение.

Рассмотрим приведенную ниже таблицу с рассчитанными значениями доверительных интервалов. В верхней строке таблицы приведены некоторые значения, для которых рассчитаны границы интервалов. Допустим, в некоторой таблице отчета приведено значение 30%. В этом случае для выборки в 4212 респондентов истинное значение лежит в интервале от 28.6% до 31.4%.

Приведенная таблица содержит интервалы, рассчитанные, в основном, для значений с шагом в 10%. Для промежуточных значений можно использовать размер доверительного интервала, примерно равный доверительному интервалу для ближайшего похожего значения, указанного в таблице. Например, для значения 51% при выборке 4212 респондентов истинное значение будет лежать в интервале от 49.5% до 52.5%, что соответствует аналогичному интервалу для значения 50% на той же выборке.

	2%	3%	5%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
Доверительные интервалы при объеме выборки 4212 респондентов												
Min	1.6	2.5	4.4	9.1	18.8	28.6	38.5	48.5	58.5	68.6	78.8	89.1
Max	2.5	3.6	5.7	10.9	21.2	31.4	41.5	51.5	61.5	71.4	81.2	90.9

[Таблица доверительных интервалов рассчитана с заданной вероятностью 0.95]

Общие характеристики пользования метрополитеном



Количество пассажиров в метро

71%

Monthly Reach

Среднее количество москвичей, пользовавшихся метро хотя бы раз в течение месяца

В среднем за месяц метрополитеном пользуются 71% москвичей в возрасте 16+ лет (7.29 млн.чел.).

Из них:

- ❑ 84% (6.12 млн.чел.) используют метро в будни,
- ❑ 58% (4.22 млн.чел.) – в выходные.

53%

Daily Reach

Среднесуточное количество москвичей, пользовавшихся метро

В среднем за сутки метрополитеном пользуются 53% взрослых жителей столицы (5.39 млн.чел.), что на 3% больше аналогичного показателя прошлого года.

Данные рассчитаны среди москвичей 16+ лет.

Пользование линиями метро за месяц и за сутки (1)



Отранжировано по убыванию показателя Daily Reach.

Данные рассчитаны среди москвичей 16+ лет.

Пользование линиями метро за месяц и за сутки (2)

Линии	Monthly Reach	Monthly Reach	Daily Reach	Daily Reach
	% от москвичей 16+	тыс.чел.	% от москвичей 16+	тыс.чел.
Замоскворецкая	29.9	3068.1	13.2	1358.2
Кольцевая	29.1	2981.4	12.5	1283.1
Таганско-Краснопресненская	23.2	2376.5	12.0	1231.7
Арбатско-Покровская	25.1	2573.3	11.8	1211.8
Калужско-Рижская	26.4	2711.4	11.7	1199.1
Серпуховско-Тимирязевская	23.8	2444.0	9.7	992.7
Сокольническая	25.3	2594.7	9.2	945.4
Люблинская	15.4	1575.0	7.1	727.4
Калининская	9.9	1015.3	3.9	397.9
Филевская	6.7	685.0	1.9	194.4
Каховская	4.1	419.4	1.2	127.6
Бутовская	2.5	253.4	1.0	100.9

Отранжировано по убыванию показателя Daily Reach.

Информация по пользованию станциями метрополитена за месяц и за сутки – в Приложении 1.

Пользование метро в будни и выходные

Москвичи, регулярно пользующиеся метрополитеном (Daily Reach)

- На поездки в метро тратят в среднем 272 минуты в неделю
 - 218 минут приходится на БУДНИ
 - 54 минуты – на ВЫХОДНЫЕ

Все пользователи метро в БУДНИЕ ДНИ

- Условно делятся на активных и неактивных
 - АКТИВНЫЕ тратят на поездки в метро в будни совокупно 321 минуту
 - НЕАКТИВНЫЕ – 112 минут

Все пользователи метро в ВЫХОДНЫЕ ДНИ

- Аналогичным образом делятся на группы активных и неактивных
 - АКТИВНЫЕ в среднем тратят на поездки в метро 115 минут за выходные
 - НЕАКТИВНЫЕ – 44 минуты

Отношение к рекламе пассажиrow метрополитена



Внимание к рекламе на различных рекламоносителях

Наиболее обращающие на себя внимание пассажиров виды рекламы в метро – это реклама в вагонах и рекламные щиты вдоль эскалаторов.



Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

Доверие к рекламе на различных рекламоносителях

По показателю доверия к рекламоносителю среди всех видов рекламы в метро лидирует реклама в вагонах и рекламные щиты вдоль эскалаторов.



Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

Полезьа от рекламы на различных рекламоносителях

Показатель «Полезьа от рекламы» подразумевает, что респонденты с помощью рекламы могли что-либо купить/продать, получить полезные сведения и т.п.



Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

Портрет пользователей метрополитена



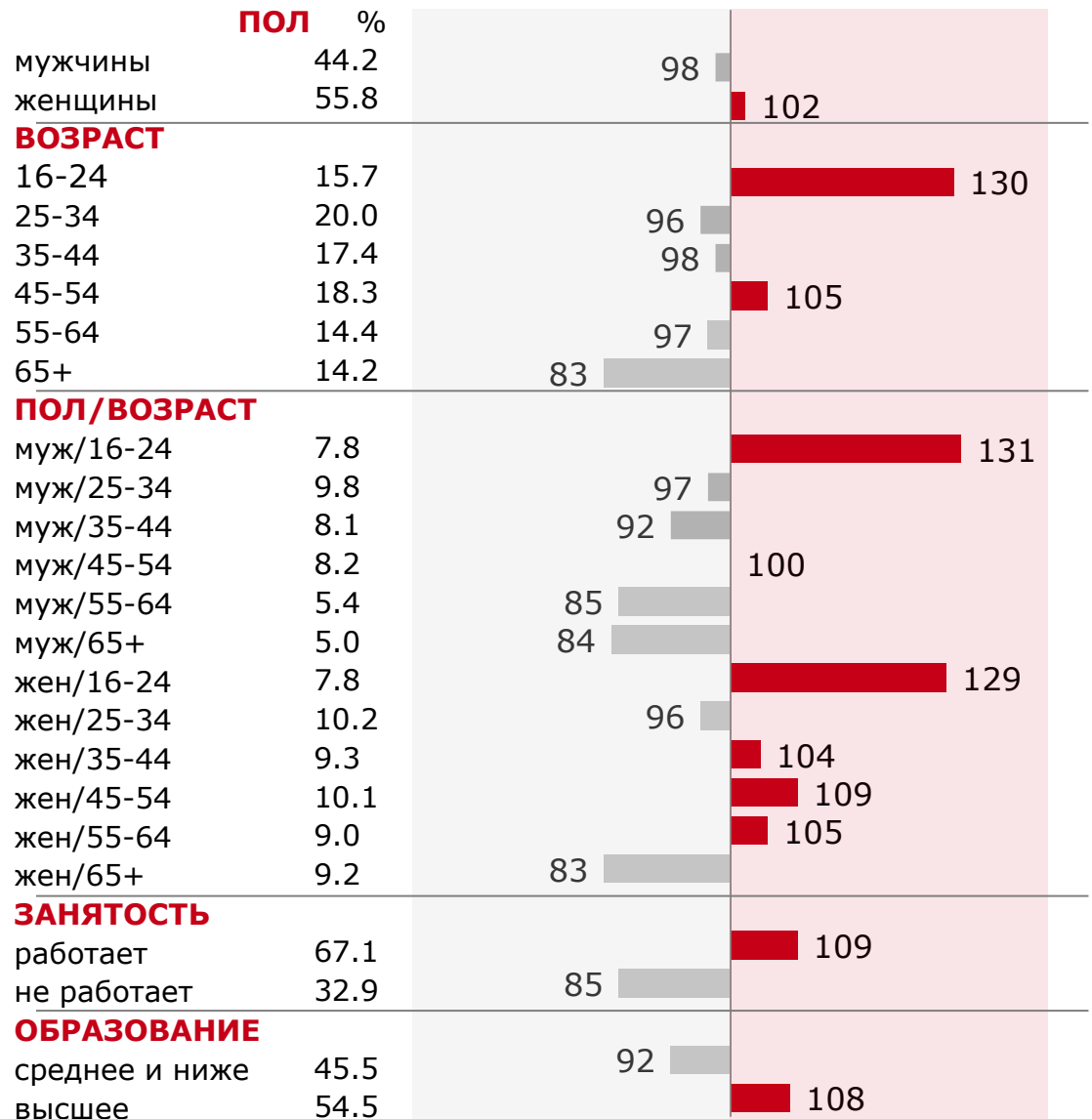
Социально-демографический портрет пассажиров метрополитена (1)

Affinity Index = 100
(москвичи 16+ лет)

□ Гендерное распределение среди пассажиров метро имеет некоторый перевес в сторону женщин.

□ Основную массу пользователей метро составляют москвичи в возрасте от 25 до 54 лет. Характерно пользоваться метро и молодежи 16-24 лет, чья доля среди пассажиров значительно выше, чем во всем населении. Таким образом, к целевой аудитории рекламы в метро можно отнести активное население Москвы 16-54 лет.

□ Преимущественно пассажиры Московского метрополитена – это работающие люди, имеющие высшее образование.



Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).
Описание показателя Affinity Index – в Приложении 2.

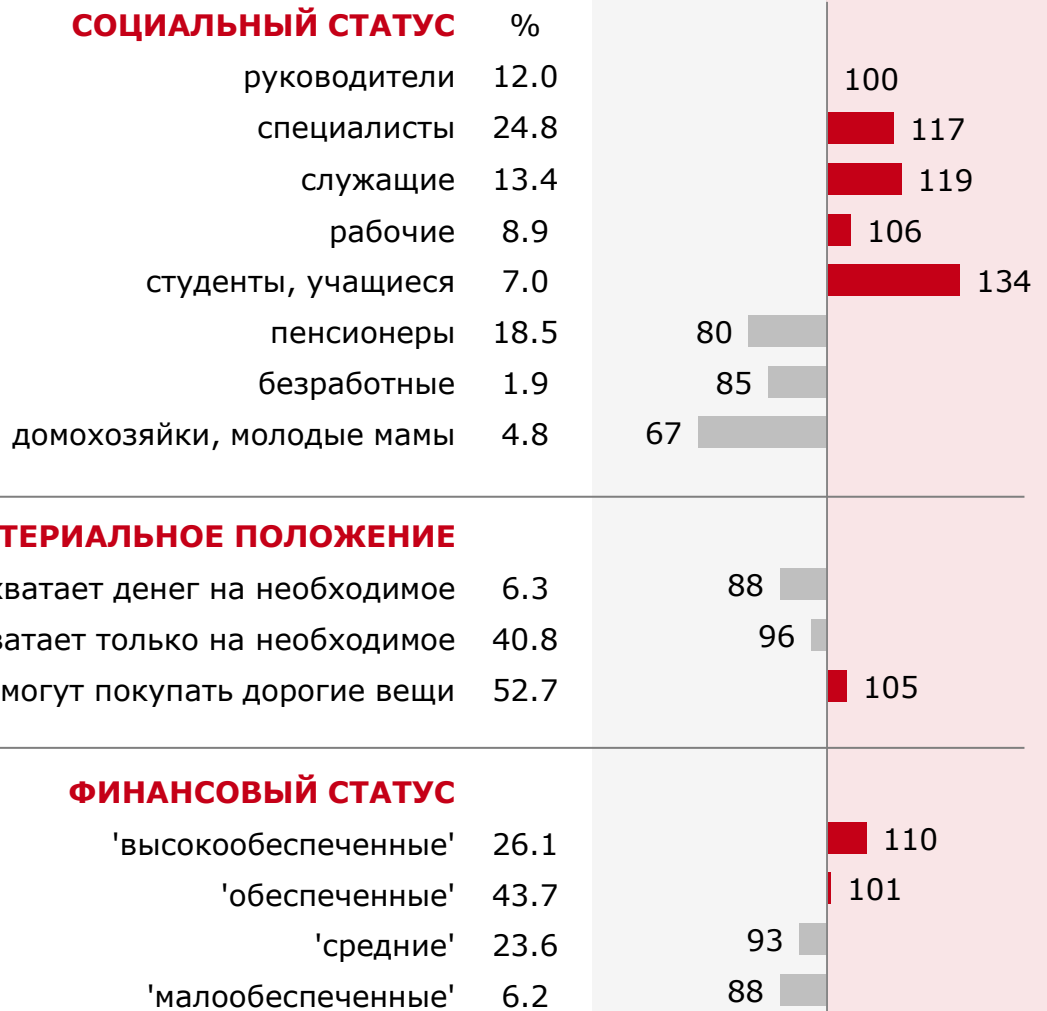
Социально-демографический портрет пассажиров метрополитена (2)

Affinity Index = 100
(москвичи 16+ лет)

❑ Среди работающего населения в качестве целевых групп можно выделить специалистов и служащих, среди неработающих – студентов /учащихся.

❑ Свое материальное положение пассажиры метро оценивают практически так же, как все население Москвы. Чуть больше половины пользователей метро отмечают, что их семья может позволить себе покупку дорогих вещей.

❑ По финансовому статусу, среди пассажиров метро преобладает группа «обеспеченные» (43.7%).



Проведение свободного времени

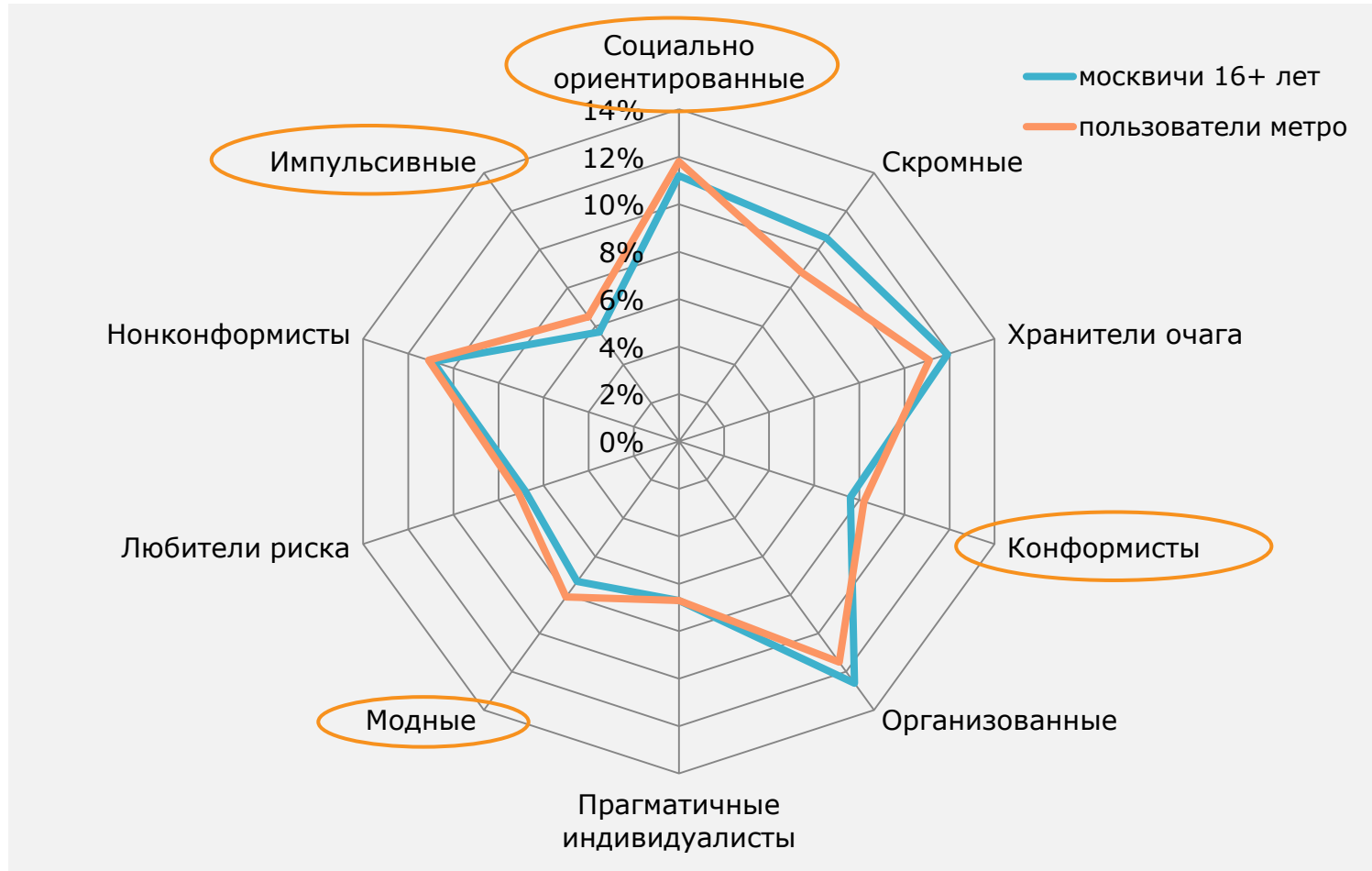
Целевая группа пассажиров метро – люди активного возраста 25-54 лет и молодежь 16-24 лет, в связи с этим им свойственно разнообразное и активное проведение свободного времени.



Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

Психографический портрет пользователей метро

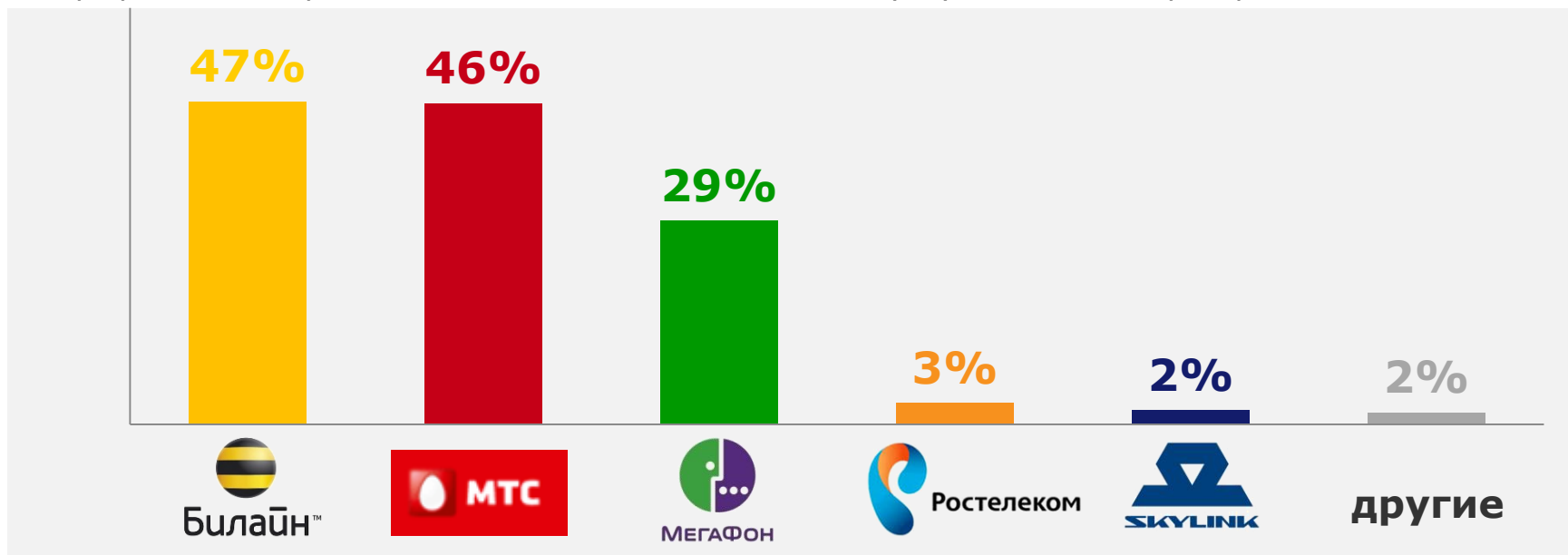
Психографический портрет целевой группы пассажиров метрополитена построен на основе сегментации Domino (описание сегментов – в Приложении 4). Как видно из графика, среди пассажиров метро сегменты Социально ориентированных, Модных, Импульсивных и Конформистов выражены больше, чем в населении Москвы 16+ лет в целом.



Потребительские характеристики пользователей метро: СОТОВАЯ СВЯЗЬ

Среди москвичей, пользующихся метро, мобильный телефон есть практически у всех – 97%. Количество обладателей смартфонов с каждым годом растет и на период 1 полугодия 2014 года составляет 53%. Помимо звонков и смс, среди пользователей смартфонов самыми популярными дополнительными функциями являются возможность выхода в Интернет (64%) и фото-/видеокамера (60%).

На графике ниже представлены данные по пользованию услуг сотовых операторов за полгода.



Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

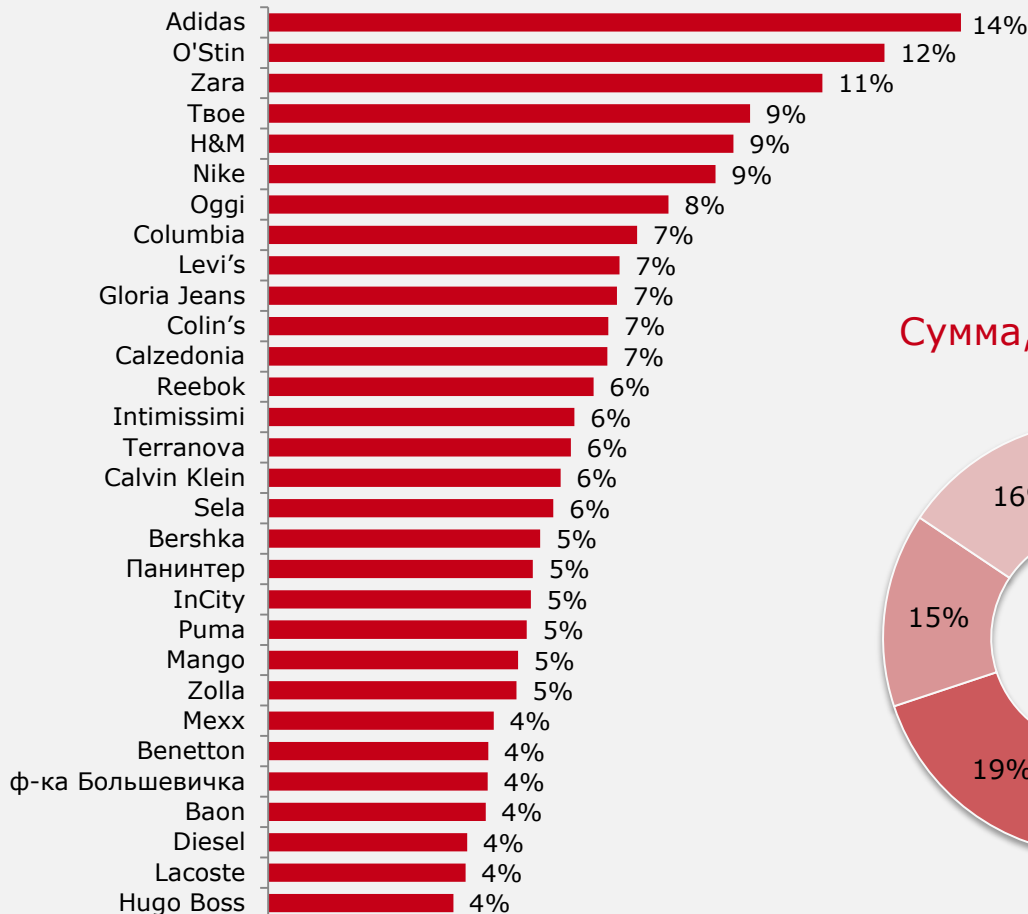
Потребительские характеристики пользователей метро: БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ

НАЛИЧИЕ ЛИЧНОГО БАНКОВСКОГО СЧЕТА/ ВКЛАДА	
Текущий счёт в рублях или в валюте / вклад до востребования	41%
Срочный вклад в рублях или валюте / депозит	17%
50%	
НАЛИЧИЕ БАНКОВСКИХ КАРТ	
Зарплатная дебетовая карта	48%
Не зарплатная дебетовая карта	23%
Кредитная карта	12%
64%	
БАНКОВСКИЙ КРЕДИТ	
Брали банковский кредит за полгода	11%
Собираются взять банковский кредит в ближайшие полгода	9%
17%	

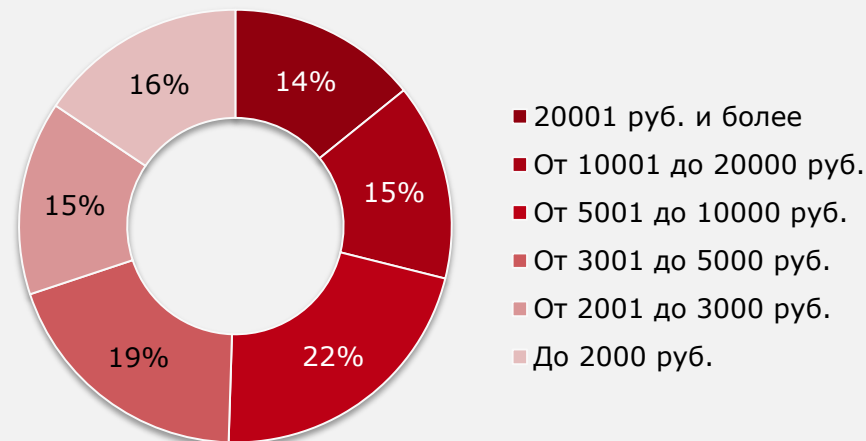
Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

Потребительские характеристики пользователей метро: ОДЕЖДА

Покупка марок одежды за полгода (Тор-30)



Сумма, израсходованная на покупку одежды*

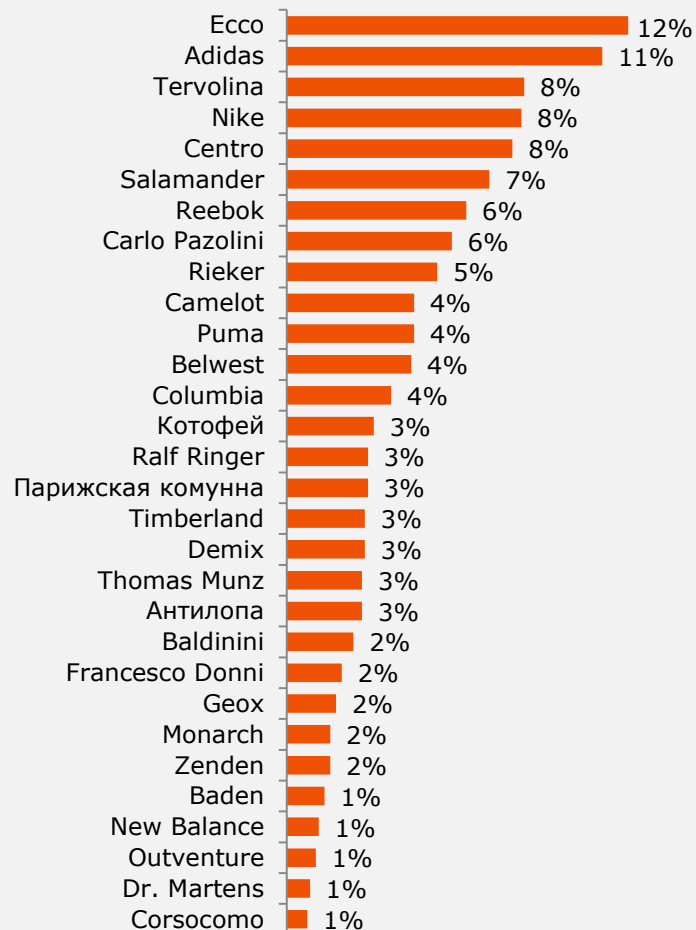


Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

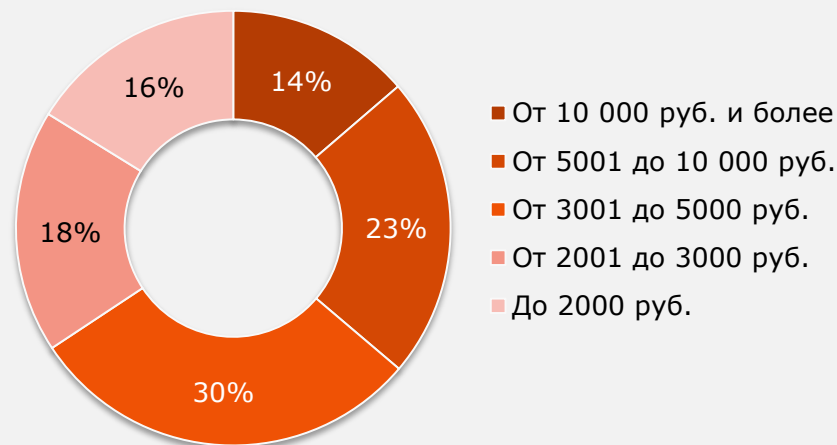
* Данные от москвичей-пользователей метро, лично покупавших одежду за последние полгода

Потребительские характеристики пользователей метро: ОБУВЬ

Покупка марок обуви за полгода (Тор-30)



Сумма, израсходованная на покупку обуви*



Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

* Данные от москвичей-пользователей метро, лично покупавших обувь за последние полгода

Потребительские характеристики пользователей метро: ПРОХЛАДИТЕЛЬНЫЕ НАПИТКИ

Потребление марок прохладительных напитков за полгода (Тор-30)



Прохладительные напитки потребляет половина пассажиров метро (50%). Пятая часть целевой группы (21%) употребляют напитки чаще раза в неделю. На графике представлен Топ-20 наиболее потребляемых марок прохладительных напитков среди пользователей Московского метрополитена.

Данные рассчитаны от среднесуточного количества москвичей, пользовавшихся метро (Daily Reach).

ВЫВОДЫ



ВЫВОДЫ

- ❑ Среднее количество пользователей метрополитена за месяц (Monthly Reach) среди москвичей 16+ лет составляет 71%, или 7.29 млн. чел.
- ❑ Среднее количество посещающих метро за сутки (Daily Reach) – 53%, или 5.39 млн. чел. В сравнении с прошлым годом показатель вырос на 3%.
- ❑ Москвичи от 16 лет и старше, регулярно пользующиеся метрополитеном (Daily Reach), в среднем тратят на поездки в метро 272 минуты в неделю.
- ❑ Тройку лидеров среди наиболее активно используемых москвичами линий метро составляют Замоскворецкая, Кольцевая и Таганско-Краснопресненская линии.
- ❑ С социально-демографической точки зрения основу аудитории Московского метрополитена составляет группа работающих людей активного возраста (25-54 лет), с доходом средний и выше среднего, а также группа студентов /учащихся .
- ❑ Для целевой группы характерны психографические сегменты Социально ориентированных, Модных, Импульсивных и Конформистов.
- ❑ Для пользователей метро характерно активное проведение свободного времени - шоппинг, спорт, путешествия и пр.

Приложение 1.

Пользование станциями метро
за месяц и за сутки



Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Замоскворецкая линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Театральная (для пересадки)	5.1	518.4	1.3	133.4
Домодедовская	4.8	495.9	1.1	115.0
Коломенская	3.6	370.8	1.0	105.7
Новокузнецкая (для пересадки)	4.6	475.6	0.9	97.0
Речной вокзал	3.2	329.7	0.9	92.8
Белорусская (для пересадки)	3.2	326.0	0.9	90.0
Сокол	3.2	326.8	0.9	88.3
Павелецкая (для входа/выхода)	3.9	397.1	0.8	84.5
Царицыно	2.8	291.1	0.8	82.7
Динамо	2.9	296.7	0.8	77.1
Войковская	3.1	317.9	0.7	75.6
Тверская (для пересадки)	4.5	461.3	0.7	75.0
Кантемировская	2.3	234.2	0.7	71.1
Водный стадион	2.2	222.1	0.7	69.3
Аэропорт	2.9	296.1	0.6	63.9
Красногвардейская (для входа/выхода)	2.1	217.8	0.6	62.9
Каширская (для входа/выхода)	2.5	260.4	0.6	61.6
Павелецкая (для пересадки)	3.4	350.6	0.6	61.1
Автозаводская	2.7	275.3	0.6	59.0
Орехово	1.8	179.9	0.5	51.4
Маяковская	2.5	256.1	0.5	50.7
Каширская (для пересадки)	2.5	256.1	0.5	47.6
Новокузнецкая (для входа/выхода)	2.5	258.8	0.5	47.3
Тверская (для входа/выхода)	2.7	279.8	0.4	41.9
Белорусская (для входа/выхода)	2.5	253.4	0.4	36.7
Красногвардейская (для пересадки)	2.0	209.2	0.4	36.6
Алма-Атинская	1.2	120.5	0.3	35.7
Театральная (для входа/выхода)	2.5	259.9	0.3	27.0

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Серпуховско-Тимирязевская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Боровицкая (для пересадки)	3.9	403.5	1.3	128.8
Алтуфьево	2.5	258.8	0.8	77.9
Бульвар Дмитрия Донского (для пересадки)	1.9	195.5	0.7	69.6
Менделеевская (для пересадки)	2.8	287.7	0.7	66.7
Пражская	3.0	304.3	0.6	65.9
Савеловская	2.2	228.6	0.6	65.7
Чеховская (для пересадки)	4.1	422.2	0.6	65.0
Петровско-Разумовская	2.7	279.9	0.6	63.1
Цветной бульвар (для пересадки)	2.1	215.2	0.6	60.1
Чертановская	2.1	218.7	0.6	58.4
Отрадное	2.1	218.6	0.6	57.1
Серпуховская (для пересадки)	2.5	257.4	0.5	52.2
Тульская	2.6	270.3	0.5	51.7
Бибирево	1.6	168.3	0.5	51.0
Дмитровская	2.4	249.2	0.4	45.1
Нагатинская	1.2	122.8	0.4	43.6
Тимирязевская	2.2	226.5	0.4	39.8
Южная	1.6	168.4	0.4	39.4
Нахимовский проспект	1.1	117.6	0.4	39.1
Менделеевская (для входа/выхода)	1.5	157.1	0.4	38.2
Чеховская (для входа/выхода)	2.7	278.9	0.3	34.4
Бульвар Дмитрия Донского (для входа/выхода)	1.4	140.8	0.3	33.3
Полянка	1.7	170.5	0.3	31.2
Севастопольская (для пересадки)	1.7	174.4	0.3	30.5
Аннино	0.9	89.2	0.2	24.8
Улица академика Янгеля	1.0	106.9	0.2	24.4
Владыкино	0.8	80.7	0.2	16.6
Цветной бульвар (для входа/выхода)	2.1	215.9	0.1	14.4
Серпуховская (для входа/выхода)	1.3	134.2	0.1	14.1
Боровицкая (для входа/выхода)	1.2	119.1	0.1	11.1
Нагорная	1.0	106.6	0.1	10.7
Севастопольская (для входа/выхода)	0.7	66.7	0.1	7.7

Отранжировано по убыванию показателя Daily Reach.

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Таганско-Краснопресненская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Выхино	4.0	412.3	1.3	129.2
Таганская (для пересадки)	4.3	442.4	1.2	125.3
Текстильщики	2.5	255.7	1.1	114.6
Рязанский проспект	2.8	290.3	1.0	106.3
Кузьминки	2.9	294.7	1.0	105.5
Китай-город (для пересадки)	4.1	420.4	1.0	103.3
Полежаевская	2.7	271.9	1.0	98.2
Сходненская	2.5	251.4	0.9	95.5
Октябрьское поле	2.7	276.0	0.9	90.3
Пушкинская (для пересадки)	4.8	496.9	0.9	89.2
Щукинская	2.6	267.8	0.8	81.5
Планерная	2.1	215.3	0.8	80.1
Тушинская	2.6	262.3	0.7	76.7
Баррикадная (для пересадки)	2.4	247.5	0.7	75.7
Пролетарская (для входа/выхода)	3.3	334.6	0.7	66.8
Улица 1905 года	2.4	248.8	0.6	61.6
Баррикадная (для входа/выхода)	1.9	196.4	0.6	60.1
Кузнецкий мост (для входа/выхода)	2.3	231.1	0.6	57.0
Пушкинская (для входа/выхода)	3.3	335.6	0.5	56.2
Китай-город (для входа/выхода)	2.4	244.3	0.5	56.2
Кузнецкий мост (для пересадки)	3.0	311.1	0.5	55.0
Беговая	1.7	175.0	0.4	39.8
Пролетарская (для пересадки)	2.6	261.7	0.4	38.4
Таганская (для входа/выхода)	2.4	249.3	0.4	38.0
Жулебино	1.3	137.0	0.4	37.0
Волгоградский проспект	1.4	147.5	0.3	35.5
Лермонтовский проспект	0.7	72.9	0.2	24.0

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Сокольническая линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Преображенская площадь	3.3	338.7	1.4	147.1
Библиотека им. Ленина (для пересадки)	6.1	622.9	1.2	124.4
Улица Подбельского	2.2	225.5	1.0	106.5
Комсомольская (для пересадки)	4.4	448.4	0.9	96.9
Чистые пруды (для пересадки)	4.6	466.7	0.9	90.2
Охотный ряд (для пересадки)	3.9	395.1	0.8	81.2
Сокольники	2.9	302.4	0.7	73.0
Комсомольская (для входа/выхода)	4.1	421.2	0.6	64.8
Юго-Западная	3.2	328.3	0.6	59.4
Охотный ряд (для входа/выхода)	3.9	401.7	0.5	50.7
Университет	2.4	249.1	0.5	47.2
Красносельская	1.6	166.6	0.5	46.8
Лубянка (для пересадки)	3.2	327.3	0.4	45.4
Чистые пруды (для входа/выхода)	2.7	273.3	0.4	41.1
Библиотека им. Ленина (для входа/выхода)	2.8	285.3	0.3	33.7
Черкизовская	1.3	129.8	0.3	32.8
Лубянка (для входа/выхода)	2.7	272.3	0.3	32.7
Проспект Вернадского	2.0	204.9	0.3	32.7
Красные ворота	1.5	155.2	0.3	29.4
Парк культуры (для входа/выхода)	2.7	275.9	0.3	26.7
Фрунзенская	1.4	146.8	0.2	20.1
Спортивная	1.1	117.9	0.2	19.3
Парк культуры (для пересадки)	2.4	241.3	0.2	15.7
Кропоткинская	1.8	188.0	0.1	13.1
Воробьевы горы	0.9	96.3	0.1	9.0

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Калужско-Рижская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Проспект Мира (для пересадки)	5.7	584.6	2.1	220.4
ВДНХ	7.0	722.6	1.4	148.5
Бабушкинская	4.1	422.0	1.4	146.0
Медведково	3.2	326.8	1.2	118.1
Третьяковская (для пересадки)	4.6	473.0	1.0	104.0
Китай-город (для пересадки)	4.5	459.5	0.9	96.9
Тургеневская (для пересадки)	2.7	279.3	0.7	72.9
Октябрьская (для пересадки)	2.9	294.0	0.6	61.7
Ясенево	1.8	182.8	0.6	59.4
Новые Черемушки	2.1	216.5	0.6	56.5
Шаболовская	2.1	220.2	0.5	55.7
Проспект Мира (для входа/выхода)	3.1	316.6	0.5	54.2
Свиблово	1.7	169.3	0.5	50.8
Ленинский проспект	2.6	271.1	0.5	48.9
Третьяковская (для входа/выхода)	2.6	262.6	0.5	48.2
Китай-город (для входа/выхода)	3.7	382.3	0.4	41.6
Калужская	2.3	240.4	0.4	41.2
Ботанический сад	1.4	144.5	0.4	40.9
Алексеевская	1.5	151.9	0.4	38.3
Беляево	1.9	191.3	0.4	37.8
Профсоюзная	2.1	216.3	0.4	37.3
Академическая	1.7	177.4	0.3	35.8
Рижская	1.7	169.4	0.3	35.3
Сухаревская	1.4	146.9	0.3	32.7
Теплый стан	2.4	246.5	0.3	31.8
Коньково	1.3	135.2	0.3	31.7
Новоясеневская	1.0	100.5	0.3	28.0
Октябрьская (для входа/выхода)	2.0	200.0	0.2	19.0
Тургеневская (для входа/выхода)	1.2	123.6	0.1	12.9

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Арбатско-Покровская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Щелковская	4.9	504.0	2.8	282.8
Курская (для пересадки)	5.9	610.2	1.9	199.7
Арбатская (для пересадки)	5.2	532.7	1.2	128.1
Первомайская	2.7	276.1	1.1	114.3
Площадь Революции (для пересадки)	4.6	468.5	0.9	95.3
Измайловская	2.1	219.9	0.8	82.0
Семеновская	2.7	280.8	0.7	72.5
Бауманская	2.9	298.0	0.7	69.7
Строгино	1.8	189.6	0.6	60.4
Крылатское	1.4	138.9	0.6	56.7
Митино	1.7	175.6	0.5	54.9
Кунцевская (для входа/выхода)	1.5	155.9	0.5	51.7
Пятницкое шоссе	1.1	113.3	0.5	49.4
Славянский бульвар	1.6	166.5	0.5	48.6
Киевская (для пересадки)	3.1	315.5	0.5	48.1
Арбатская (для входа/выхода)	2.7	279.5	0.5	46.8
Молодежная	1.7	171.8	0.5	46.4
Электrozаводская	1.9	196.6	0.4	41.8
Курская (для входа/выхода)	3.1	317.2	0.4	41.1
Киевская (для входа/выхода)	3.1	312.9	0.4	38.9
Площадь Революции (для входа/выхода)	3.2	332.8	0.3	32.3
Волоколамская	0.9	93.9	0.3	31.6
Смоленская	1.6	163.0	0.3	29.0
Партизанская (Измайловский парк)	1.0	105.6	0.2	16.5
Парк Победы	1.0	103.3	0.2	16.0
Мякинино	0.9	96.7	0.1	15.2
Кунцевская (для пересадки)	0.8	80.4	0.1	15.1

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Кольцевая линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Проспект Мира (для пересадки)	6.0	617.5	2.4	247.9
Курская (для пересадки)	7.9	813.5	1.8	184.8
Таганская (для пересадки)	5.7	586.0	1.8	181.3
Комсомольская (для пересадки)	3.4	347.0	1.3	131.0
Белорусская (для пересадки)	3.6	372.3	1.1	115.5
Таганская (для входа/выхода)	3.6	372.9	0.8	83.8
Октябрьская (для пересадки)	3.4	345.5	0.8	80.4
Киевская (для пересадки)	3.5	359.0	0.7	75.0
Павелецкая (для пересадки)	3.9	404.4	0.7	70.9
Новослободская (для пересадки)	2.9	295.9	0.6	65.6
Добрынинская (для пересадки)	2.7	271.8	0.6	64.7
Проспект Мира (для входа/выхода)	2.7	272.8	0.6	57.2
Киевская (для входа/выхода)	2.4	246.8	0.5	51.3
Павелецкая (для входа/выхода)	2.6	262.1	0.5	51.1
Новослободская (для входа/выхода)	3.8	392.8	0.5	48.2
Курская (для входа/выхода)	2.3	239.2	0.5	48.0
Краснопресненская (для входа/выхода)	1.6	165.4	0.4	44.1
Краснопресненская (для пересадки)	2.1	214.2	0.4	39.9
Белорусская (для входа/выхода)	2.5	259.1	0.4	39.2
Октябрьская (для входа/выхода)	1.8	189.1	0.3	34.0
Парк культуры (для входа/выхода)	1.5	157.4	0.3	33.3
Комсомольская (для входа/выхода)	2.7	278.2	0.3	32.3
Парк культуры (для пересадки)	2.1	214.2	0.3	25.7
Добрынинская (для входа/выхода)	1.4	139.6	0.2	24.3

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Люблинская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Крестьянская застава (для пересадки)	3.0	302.8	1.2	119.0
Братиславская	2.6	269.1	1.1	112.7
Люблино	3.3	334.4	0.9	93.6
Марьино	2.6	262.0	0.9	89.9
Печатники	1.7	174.9	0.8	87.1
Римская (для пересадки)	2.0	208.4	0.7	72.2
Зябликово (для пересадки)	2.7	272.0	0.7	67.0
Чкаловская (для пересадки)	2.8	287.6	0.6	65.9
Сретенский бульвар (для пересадки)	2.0	207.5	0.5	49.8
Зябликово (для входа/выхода)	1.2	121.0	0.5	49.4
Трубная (для пересадки)	2.0	208.1	0.4	40.1
Шипиловская	1.0	105.8	0.4	37.9
Кожуховская	1.1	117.8	0.3	33.5
Крестьянская застава (для входа/выхода)	0.8	87.2	0.3	33.2
Борисово	0.6	60.7	0.3	28.3
Римская (для входа/выхода)	1.1	116.5	0.3	27.0
Чкаловская (для входа/выхода)	1.3	130.6	0.2	25.6
Волжская	0.7	74.1	0.2	23.6
Дубровка	1.6	163.6	0.2	17.7
Достоевская	0.9	88.5	0.2	16.4
Трубная (для входа/выхода)	0.9	91.9	0.2	16.3
Марьино роцца	1.0	98.3	0.1	9.9
Сретенский бульвар (для входа/выхода)	0.6	60.8	0.1	5.7

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Калининская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Новогиреево	3.2	326.6	1.0	99.8
Третьяковская (для пересадки)	3.5	362.9	0.7	72.6
Марксистская (для пересадки)	2.8	287.7	0.7	70.5
Перово	1.9	197.9	0.6	60.2
Авиамоторная	2.1	214.4	0.5	53.4
Площадь Ильича (для пересадки)	1.8	179.6	0.4	42.8
Новокосино	1.4	140.6	0.4	42.6
Площадь Ильича (для входа/выхода)	1.5	151.3	0.3	29.9
Шоссе Энтузиастов	1.5	155.0	0.3	28.2
Третьяковская (для входа/выхода)	1.7	172.8	0.2	22.5
Марксистская (для входа/выхода)	2.3	239.7	0.2	22.3

Отранжировано по убыванию показателя Daily Reach.

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Филевская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Киевская (для пересадки)	2.2	227.8	0.3	32.3
Фили	1.2	121.5	0.3	26.7
Киевская (для входа/выхода)	1.2	119.2	0.2	25.5
Выставочная	1.2	118.8	0.2	23.1
Кунцевская (для входа/выхода)	0.9	91.3	0.2	20.6
Филевский парк	1.0	107.5	0.2	20.3
Багратионовская	1.4	143.1	0.2	16.5
Арбатская	1.5	148.8	0.1	14.3
Смоленская	1.0	102.3	0.1	13.6
Международная	0.6	58.4	0.1	12.9
Александровский сад (для пересадки)	1.5	156.5	0.1	12.0
Кунцевская (для пересадки)	0.7	68.0	0.1	9.9
Кутузовская	0.8	80.2	0.1	8.1
Александровский сад (для входа/выхода)	0.7	66.9	0.1	5.4
Пионерская	0.3	29.8	0.0	2.8
Студенческая	0.4	41.7	0.0	0.0

Отранжировано по убыванию показателя Daily Reach.

* - Данные статистически незначимы

Пользование станциями метро за месяц и за сутки: Каховская и Бутовская линии

Каховская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Каширская (для пересадки)	2.7	275.8	0.5	46.2
Варшавская	1.3	135.2	0.4	38.7
Каховская (для пересадки)	2.2	222.1	0.2	25.1
Каховская (для входа/выхода)	1.2	125.8	0.2	24.6
Каширская (для входа/выхода)	0.9	93.7	0.2	19.1

Бутовская линия

Станции	Monthly Reach % от москвичей 16+	Monthly Reach тыс. чел.	Daily Reach % от москвичей 16+	Daily Reach тыс. чел.
Улица Старокачаловская (для пересадки)	1.6	167.6	0.6	57.0
Бунинская аллея	0.9	94.3	0.2	19.6
Улица Скобелевская	0.6	56.4	0.2	18.7
Улица Горчакова	0.6	57.4	0.2	17.0
Бульвар адмирала Ушакова	0.6	57.8	0.1	14.5
Улица Старокачаловская (для входа/выхода)	0.5	54.4	0.1	11.4

Отранжировано по убыванию показателя Daily Reach.

Приложение 2.

Описание показателя Affinity Index



Описание показателя Affinity Index

Для оценки различий между структурой пассажиров метро (Daily Reach) и структурой взрослого населения Москвы в целом используется показатель Affinity Index.

На графике социально-демографическая структура всего населения столицы показана вертикальной линией, все точки которой имеют значение Affinity Index=100. Отклонения от линии означают, что структура пассажиров метро отличается от структуры москвичей в возрасте 16+ лет. Чем больше отклонение от линии, тем более ярко выражено отличие. Незначительными отклонениями обычно можно пренебречь.

Отклонения вправо [Affinity Index>100] показывают, что данная демографическая группа является для метрополитена целевой.

Напротив, отклонения влево [Affinity Index<100] говорят о том, что для этой демографической группы менее характерны частые поездки в метро.

Приложение 3.

Описание показателей
материального положения и
финансового статуса



Описание показателей материального положения и финансового статуса

Показатель материального положения семьи отражает, покупку каких предметов может позволить себе семья респондента.

Финансовый статус определяется исходя из того, какая часть общего ежемесячного семейного бюджета уходит на продукты питания и коммунальные услуги (квартплата, телефон и т.д.). При этом считается, что:

- 'высокообеспеченные' тратят до 25% дохода
- 'обеспеченные' – 25-50%
- 'средние' – 50-75%
- 'малообеспеченные' на покупку продуктов питания и выплату коммунальных платежей тратят более 75% дохода.

Приложение 4.

Описание сегментов Domino



Сегменты Domino



Описание сегментов Domino

Социально ориентированные	Прагматичные индивидуалисты
Общительные, открытые внешнему миру. Стремятся жить и работать ради других.	Эгоцентричные — личные интересы ставят выше интересов окружающих.
Характерные качества — ответственность, честность, искренность.	Характерные качества — твердая воля, настойчивость, самостоятельность.
Считают, что «выше головы не прыгнешь».	Стремятся к успеху в карьере и ради него готовы многим жертвовать.
С интересом следят за всем, что происходит в мире.	Не воспринимают информацию, которая противоречит их собственному опыту.
Стремятся проводить свободное время с пользой.	Склонны к азартным развлечениям.

Описание сегментов Domino

Скромные	Модные
Осторожные, замкнутые, не уверенные в себе.	Яркие, выразительные, постоянно в центре внимания.
Духовные ценности ставят выше материальных.	Жизненные ценности — высокий достаток, любовь.
Не любят шумных компаний, предпочитают домашний досуг.	Типичные формы досуга — развлечения вне дома, уход за внешностью.
Одеваются просто, стараясь не привлекать к себе внимания.	Выглядят «с иголочки». Стараются идти в ногу с последними веяниями моды.
Не ходят в престижные магазины. Считают, что глупо тратить деньги на предметы роскоши.	Часто ходят по магазинам, чтобы поднять настроение. Не ограничивают себя в покупках.
Ищут опору в привычном порядке вещей. Плохо адаптируются к новшествам.	Стремятся быть в числе первых, кто пользуется передовыми технологиями.

Описание сегментов Domino

Хранители очага	Любители риска
Чуткие, заботливые, искренние.	Смелые, эрудированные, умеют контролировать себя в любой ситуации.
Интересы семьи ставят выше карьерных интересов.	Стремятся открыть собственное дело. Любят соперничать.
Дорожат близким кругом людей.	Могут пойти на большой риск, чтобы получить от жизни желаемое.
Им трудно изменить привычный образ жизни, место работы.	Не боятся пробовать себя в разных сферах деятельности.
Свободное время посвящают домашним делам и заботе о близких.	Выбирают формы досуга, которые дают максимум острых ощущений.

Описание сегментов Domino

Конформисты	Нонконформисты
Следуют нормам и принципам, которые приняты в обществе.	Не зависимы от общепринятых установок.
Считаются с мнением окружающих.	Полагаются только на собственное мнение.
В людях ценят такие качества как здравомыслие и рассудительность.	В людях ценят такие качества как независимость в отстаивании собственных интересов и уважение к чужой точке зрения.
Уверены, что в жизни все должно быть в меру.	Курят чаще, чем остальные. Мало заботятся о здоровье. Не считаются с тенденциями моды.
В большинстве случаев покупают только те продукты, рекламу которых видели или слышали.	Рекламу воспринимают как пустую трату времени. При выборе товара не придают значения известности бренда.

Описание сегментов Domino

Организованные	Импульсивные
Пунктуальные и обязательные.	Люди настроения, эмоциональные и непосредственные.
Постоянно контролируют свое поведение, взвешивают каждый шаг.	Доверяют интуиции, а не разуму.
Принимают решение только тогда, когда окончательно уверены в его правильности.	Легко относятся к жизни, часто принимают спонтанные решения.
Стремятся вести активную, деятельную жизнь.	Жизненные ценности — любовь, творчество.
Ценят возможность заниматься делом, в котором разбираются досконально.	Не умеют самовыражаться в работе. Черпают заряд энергии в активных развлечениях.