ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 339.138, 332.1

JEL: M31, Q56

DOI: 10.17213/2312-6469-2019-6-166-173

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПАРКОВОЧНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ ГОРОДА МОСКВА: КОМПОНЕНТА СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МЕГАПОЛИСА

© *Н.И. Ивашкова**, *А.В. Лукина***, *С.В. Мхитарян** 2019

**РЭУ имени Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия*

***ИПУ им. В.А. Трапезникова РАН, г. Москва, Россия*

Состояние и функционирование транспортной системы являются одним из ключевых элементов стратегии устойчивого развития мегаполиса. В этой связи возникает необходимость анализа объективных характеристик состояния и функционирования системы, а также субъективных характеристик, таких, как удовлетворенность жителей. В работе на основе проведенного онлайн-опроса авто владельцев проводится анализ удовлетворенности парковочным пространством города Москвы. Результат анализа удовлетворенности представлен по административным округам города. В исследовании также представлены результаты обеспеченности парковочным пространством на основе анализа времени, требуемого для поиска свободного места парковки

Ключевые слова: *удовлетворенность парковочным пространством города, обеспеченность парковочным пространством, устойчивое развитие мегаполиса.*

RESEARCH OF PARKING SPACE SATISFACTION OF THE MOSCOW CITY: A COMPONENT OF THE STRATEGY OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

© *N.I. Ivashkova, A.V. Lukina, S.V. Mkhitaryan* 2019

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
V.A. Trapeznikov Institute of Control Sciences of Russian Academy
of Sciences, Moscow, Russia

The development of megalopolis transport system is one of the key elements of the city sustainable development strategy. In this regard, it becomes necessary to analyze the objective

characteristics of the transport system as well as subjective characteristics, such as the satisfaction of the residents. The analysis of satisfaction of the parking space of the Moscow city was carried out based on online survey of car owners. The assessment of organization and management of parking space was made on the basis of the time required to search for a free parking space. The result of the satisfaction analysis is presented in article.

Keywords: *parking space satisfaction, parking space management, sustainable development of the city.*

Введение

Современной задачей развития любого мегаполиса мира становится обеспечение устойчивого развития, способного обеспечить горожанам благополучную жизнь и комфортную среду обитания. В соответствии с планом развития города Москвы до 2030 года [1] и Стратегией социально-экономического развития Москвы на период до 2025 года [2] поддержание удовлетворенности жизнью граждан и обеспечение соответствия объективным показателям социально-экономического благополучия становятся одним из ключевых факторов успеха в достижении устойчивого развития [1, с. 93].

В связи с этим анализ удовлетворенности москвичей парковочным пространством, одним из ключевых элементов транспортной инфраструктуры мегаполиса, становится крайне важной задачей. Исследование позволяет увидеть, как соотносятся результаты субъективной удовлетворенности горожан с объективными показателями благополучия транспортной инфраструктуры. Анализ удовлетворенности позволяет соотнести способность городской среды удовлетворять объективным потребностям жителей города в соответствии с общепринятыми нормами и стандартами жизнедеятельности и восприятие качества городской среды жителями.

В апреле 2019 года был проведен онлайн опрос, целью которого являлось оценка степени удовлетворенности автовладельцев условиями парковки по округам Москвы.

Методология исследования

Объектом исследования стали автовладельцы, пользующиеся парковочным пространством города. Разработанная анкета позволяла оценить удовлетворенность в зависимости от цели и места парковки: у дома, центра притяжения, места работы. Вопросы анкеты также позволяли оценить время, необходимое для поиска парковочного пространства, оценить степень удовлетворенности тарифами и условиями парковки. Социально-демографические характеристики позволили описать портрет автовладельцев. Базой исследования стала онлайн-панель, в которой рассылка шла только по тем адресам, которые соответствуют квоте и выборке. Онлайн-панель – это добровольное сообщество людей, давших согласие на регулярное участие в маркетинговых онлайн исследованиях. Каждый участник регистрируется на специальном интернет-портале, предоставляя о себе социально-демографи-

ческие и потребительские данные, а также получает компенсацию за участие в виде денежного вознаграждения или призов. Данное исследование было проведено на основе Онлайн-панели компании OMI (ONLINE MARKET INTELLIGENCE). OMI – это ведущая российская компания, деятельностью которой является создание и управление онлайн-панелью для проведения маркетинговых исследований в России и СНГ. Опрос проводился по панели автовладельцев, выборка для онлайн исследования осуществлялась в соответствии с распределением по полу и возрасту трудоспособных жителей Москвы. Электронная анкета была составлена и размещена на сайте SurveyMonkey.ru [3]. При проведении онлайн опроса были соблюдены стандарты ESOMAR в области исследований в сети Интернет [4].

Результаты исследования

В результате исследования было получено 1263 анкеты. В обработке результатов использованы 1203 анкеты, это анкеты респондентов, ответивших положительно на вопрос: «Управляете ли Вы автомобилем и пользуетесь ли парковочным пространством?». Распределение респондентов по полу составило 48% мужчин и 52% женщин, что является репрезентативным для города Москвы. Большинство респондентов, а именно 82,7% находятся в возрасте от 23 до 52 лет. 92,8% респондентов пользуются автомобилями, длина которых не превышает 4,5 м, при современном стандарте габаритов парковочного места для легкового автомобиля с учетом допустимых зазоров безопасности 5,3 м (длина) на 2,5 м (ширина). Габариты парковочных мест регулируются строительными нормами и правилами (СНиП) «Стоянки автомобилей» от 2011 года [5]. Таким образом, расстояние между автомобилями будет составлять не менее 0,8 м, что соответствует стандарту [6]. Распределение по типам автомобилей представлено на рис. 1.

Рис. 1. Распределение респондентов по типу используемого автомобиля

Источник: составлено авторами на основе онлайн-опроса автовладельцев.

Порядка 61% респондентов используют автомобиль ежедневно, 95% респондентов используют автомобиль еженедельно, а значит, являются активными пользователями парковочного пространства города. В дальнейшей обработке варианты использования автомобиля «Только в исключительных случаях» и «Только в теплое время года» были исключены.

Распределение респондентов по округам проживания более равномерное, чем по округам, в которых респонденты работают (рис. 2). 29% респондентов работают в центральном округе – в 2,4 раза больше, чем в СВАО.

На рис. 3 представлено распределение респондентов в зависимости от ответов на вопрос о времени, которое они затрачивают на поиск парковки, и в зависимости от места парковки (по месту работы, месту проживания, места притяжения).

Как показало исследование, 78% респондентов тратят на более 10 минут на поиск парковочного места по месту жительства, при этом 45% респондентов затрачивает на поиск парковки по месту жительства менее 5 мин. Только 7% респондентов тратят на поиск парковки по месту жительства более 15 минут. Анализ распределения этих респондентов по округам показал, что 24% находится в ЦАО (рис. 4).

Кроме того, проблемы с парковкой возникают у жителей ЗАО, САО, ЦАО, ЮАО и ЮЗАО, их доля среди ответивших, что тратят на поиск места парковки у дома более 15 минут, составляет 70%. На рис. 5 представлена карта города, где выделены районы с наибольшими проблемами парковки, согласно мнению респондентов.

Рис. 2. Распределение респондентов по округам проживания и работы

Источник: составлено авторами на основе онлайн-опроса автовладельцев

Рис. 3. Распределение респондентов по времени, обычно затрачиваемого на поиск парковки, и в зависимости от места парковки

Источник: составлено авторами на основе онлайн-опроса автовладельцев

Рис. 4. Распределение респондентов, ответивших, что тратят на поиск места парковки по месту жительства более 15 и более 25 минут, по округам

Источник: составлено авторами на основе онлайн-опроса автовладельцев.

Рис. 5. Распределение респондентов, ответивших, что тратят на поиск места парковки по месту жительства более 15 и более 25 минут, по районам города (картографический материал)

Источник: составлено авторами на основе онлайн-опроса автовладельцев.

Анализ ответов респондентов показал, что на поиск парковки по месту работы менее 5 минут тратят 24% респондентов, менее 10 минут – 51% респондентов, 23% тратят более 15 минут. Все, кто ответил, что тратят на поиск парковочного места более 15 минут, указали, что работают в ЦАО. Среди ответов были указаны все районы ЦАО.

Исследование и последующий анализ ответов респондентов о времени поиска парковки в местах притяжения (места отдыха; места, где они чаще всего бывают, кроме работы и дома) показал, что менее 5 минут тратят 22% респондентов, менее 10 минут – 57% респондентов, более 15 минут –

18% респондентов.

Анализ удовлетворенности тарифами парковки и условиями парковки в целом (чистота, разметка, освещение) по месту жительства, работы, в местах притяжения показал, что наибольшее неудовольствие вызывают тарифы парковки по месту работы (58% респондентов). По месту отдыха / частого пребывания (места притяжения) (50%). По месту проживания доля не удовлетворенных тарифами клиентов составляет 37%. (рис. 6).

Исследование показало, что тарифы и условия парковки в целом удовлетворительны, респонденты в большей степени удовлетворены этими параметрами. Степень удовлетворенности парковками в целом выше по месту проживания по сравнению с местом работы. Таким образом, перед правительством города стоит задача повысить удовлетворенность парковочным пространством в первую очередь в местах работы жителей. Исследование позволило выделить наиболее проблемные районы и округа. Кроме того, удовлетворенность парковочным пространством должна стать одним из KPI стратегии устойчивого развития города, наряду с показателями, отраженными в государственных стандартах и нормативах.

В рамках стратегии устойчивого развития Москвы на основании полученных результатов исследования Правительством Москвы будут разрабатываться решения по развитию парковочных полигонов и тарификации платных парковок мегаполиса. Предложенная методика будет использоваться для проведения регулярных исследований удовлетворенности тарифами и условиями парковки.

Рис. 6. Распределение респондентов по степени удовлетворения тарифами и условиями парковки

Источник: составлено авторами на основе онлайн-опроса автовладельцев.

Литература

1. План развития города Москва 2030 «Умный город» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://2030.mos.ru/netcat_files/userfiles/documents_2030/concept.pdf (Дата обращения 10.10.2019).
2. Стратегией социально-экономического развития Москвы на период до 2025 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fili-davydkovo.mos.ru/important-information/the-project-strategy-of-socio-economic-development-of-the-city-of-moscow-for-the-period-till-2025.php> (Дата обращения 10.10.2019).
3. SurveyMonkey.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ru.surveymonkey.com/r/DRRQ26Z?sn=\[sn_value\]&ac=\[ac_value\]](https://ru.surveymonkey.com/r/DRRQ26Z?sn=[sn_value]&ac=[ac_value]).
4. Международный кодекс ICC/ESOMAR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMAR_Code_Russian_.pdf (дата обращения: 6.06.2019).
5. Бондаренко М., статья на сайте РБК, раздел общество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/23/07/2019/5d3667599a7947d32c365aa3>, (дата обращения: 01.10.2019).
6. СП 113.13330.2016 Стоянки автомобилей. Актуализированная редакция СНиП 21-02-99 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/456044290> (дата обращения: 01.10.2019).

Поступила в редакцию

13.12.2019

Ивашкова Наталья Ивановна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия.

Ivashkova Nataliya Iv. – PhD, Associate Professor of marketing department, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia.

Лукина Анастасия Владимировна – доктор экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова, ведущий эксперт ИПУ им.В.А. Трапезникова РАН, г. Москва, Россия.

Lukina Anastasia V. – PhD, Associate Professor of marketing department Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia.

Мхитарян Сергей Владимирович – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия.

Mkhitaryan Sergey V. – PhD, Professor of marketing department, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia.

Россия, 117997, г. Москва, Стремянный пер., 36
36, Stremyanny lane, Moscow, 117997, Russia
e-mail: ivashkova.ni@rea.ru
e-mail: Lukina.av@rea.ru
e-mail: Mkhitaryan.SV@rea.ru