Минпромторг России

РОС КАЧЕСТВО Российская система качества

РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии

15 лет доверие безопасность достоверные данные росаккредитация

Инструменты маркетинга доверия на рынке транспортных услуг:

прогнозирование отклика потребителей на изменения качества сервиса через переход в цифровой канал



Богунов Егор Иванович

аспирант, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Сессия «Маркетинг доверия: безопасность, ответственность, качество жизни»

12 ноября 2026

Качество услуги нельзя проверить до оплаты

ПОСТАНОВКА

Товар	Услуга
Осматривается до оплаты. Качество проверяется глазами: цвет, размер, состав и дефект видны сразу	Расписание, состояние вагона и точность прибытия выясняются только после того, как человек заплатил и поехал

Функцию контроля выполняет доверие, а не проверка: человек решает на основании ожидания

Отсюда мера: сколько людей решились поехать, сколько вернулись, сколько рекомендуют.

Масштаб рынка: Московские центральные диаметры

МАСШТАБ

1,5 млн

поездок в сутки на МЦД

2,3 млн

пассажиров в сутки на МЦД и МЦК вместе

438 млн

человек перевезли диаметры за 2025 год

Такие объёмы показывают, что решения пассажиров складываются в устойчивый поток

При этом любая такая цифра отвечает на вопрос «сколько», а для управления нужно понимать, что будет дальше

Источники: публичные данные Дептранса Москвы и оператора перевозок, 2025 год.

Инструменты доверия работают на двух рынках

ВОПРОС СЕССИИ № 5

Инструмент	Электронная торговля товарами	Транспортные услуги	Чем измеряется
Информирование о качестве	карточка товара, отзывы, рейтинг	объявления об изменениях, статус поездки в приложении	*доля знающих*
Прозрачность условий	правила возврата и доставки	расписание и правила перевозки	*число обращений с вопросами о различных услугах*
Предсказуемость исполнения	срок доставки	точность прибытия и регулярность	*регулярность и точность*
Обратная связь и разбор сбоя	оценка заказа и возврат	жалоба, обращение, компенсация	*доля разобранных обращений*
Готовность рекомендовать	рекомендация и повторная покупка	готовность продолжать пользоваться	*доля рекомендующих*

Инструмент доверия это то, что снижает неопределённость до оплаты. Набор один, эффект разный: **в торговле уход к другому продавцу мгновенный, на транспорте маршрут задан, поэтому доверие проявляется в терпимости к сбою**

Как это измерить: три группы показателей

МЕТОДИКА

Поведение

факт, а не декларация

- повторные поездки
- выбор конкретного маршрута против альтернативных
- покупка билета в приложении вместо кассы

Коммуникация

узнаваемость изменения

- охват сообщения об изменении
- узнаваемость конкретного улучшения сервиса

Барьеры

где доверие рвётся

- обращения и жалобы
- ситуации, в которых пассажир не разобрался в правилах

Пассажиропоток отвечает на вопрос «сколько», а эти показатели на вопрос «насколько предсказуемо».

Отмена поездки на электричке попадает сразу в две группы: в барьеры, потому что люди обращаются за разъяснением, и в поведение, если часть пассажиров выберет другой маршрут.

МЦД: прогноз спроса от развития

ПРИМЕР 1 · ДЕЙСТВУЮЩАЯ МЕТОДИКА

Что прогнозируется

- сколько поездок добавит новая станция
- как изменится охват после обновления состава
- какие направления дадут прирост
- сколько узнали об изменении и сколько воспользовались

Отличие от исследуемой модели

Переход из кассы в приложение не измеряется: в контуре МЦД оплата идёт картой «Тройка», и такой задачи в проекте не ставилось.

При этом сохранён устойчивый способ оплаты, в том числе за счёт интеграции с другой транспортной инфраструктурой.

МЦД в докладе нужен как пример методики прогноза спроса. Интегральный индекс применяется в другом проекте, там, где есть цифровой канал

Регионы: интегральный индекс и переход в приложение

ПРИМЕР 2 · ПРОЕКТИРУЕМЫЙ ПРОЕКТ

Что меняется

- проект развития железнодорожного сообщения Москвы с рядом других регионов
- поезда по этим направлениям ещё не запущены
- на дальних поездках билет до сих пор покупают в кассе
- эффект измеряется долей переходов от бумажного билета к покупке в приложении

Что даёт интегральный индекс

Строится на пяти показателях, отражающих ключевые территориальные условия реализации цифровых маркетинговых технологий

- прогноз спроса по направлениям до запуска
- приоритет направлений
- очерёдность сообщений о качестве

Сначала понимаем, где спрос выше, потом решаем, что и в каком порядке рассказывать: сообщение о качестве стоит денег и внимания

Проект на стадии проектирования, результаты в процессе сбора: методика пока не применена в полном объёме, однако выбран именно такой подход к оценке прогноза.

Три вывода

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Доверие

функция контроля

В услугах общественного транспорта качество не проверяется до оплаты, поэтому доверие заменяет проверку и поддаётся измерению.

Поведение

след доверия

Доверие измеряется поведением, и самый точный его след виден в переходе в цифровой канал и в повторных поездках.

Практика

от прогноза к решению

На МЦД это прогноз спроса, в региональном проекте прогноз спроса и канала: индекс даёт приоритет направлений и очерёдность сообщений.

Дальше: апробация индекса на нескольких регионах и накопление данных по каналам продаж, чтобы прогноз можно было сверить с фактом

Одни и те же инструменты на разных рынках дают разный эффект, потому что по-разному устроена цена ошибки для потребителя.



Богунов Егор Иванович
bogunov-1998@mail.ru

Спасибо за внимание