

Социально-экономические риски пользователей каршеринга в московском мегаполисе

Л.А. Брушкова^а К.В. Кузнецов^б

Финансовый университет, Москва, Россия

^а <https://orcid.org/0000-0002-3787-3791>; ^б <https://orcid.org/0000-0003-1291-2894>

АННОТАЦИЯ

Предметом исследования являются социально-экономические риски пользователей каршеринга в московском мегаполисе. Каршеринг рассматривается как один из новых видов экономики совместного потребления (sharing economy), актуализированной в современных условиях как информационными технологиями, так и постмодернистскими ценностями людей. В настоящее время каршеринг развивается в российской столице достаточно быстрыми темпами, что делает особенно актуальным изучение его различных аспектов. Проблемная ситуация исследования отражает реально сложившееся противоречие в обществе, когда, с одной стороны, расширяется объем разнообразных современных платных услуг, включая каршеринг, а с другой стороны, растут связанные с этими услугами риски населения. Целью исследования стало выявление социально-экономических рисков каршеринга в оценках как реальных, так и потенциальных пользователей этого сервиса. Основным методом эмпирического социологического исследования, проведенного в апреле-мае 2019 г., — глубинные интервью с реальными и потенциальными клиентами каршеринговых компаний в Москве. Исследование показало, что как реальные, так и потенциальные пользователи каршеринга испытывают определенные опасения относительно технического состояния арендованной машины, возможных дорожно-транспортных происшествий, страховки, денежных потерь, связанных с выставлением счетов, чистоты салона автомобиля и др. В то же время было выяснено, что сам факт совместного пользования автомобилем заставляет клиентов каршеринга более ответственно относиться к такому имуществу. Проведенное исследование позволило сделать вывод, что развитие каршеринга в московском мегаполисе сдерживается в основном факторами субъективного порядка, связанными с менталитетом россиян (опасения, фобии), а также таким фактором, как достаточно низкий уровень межличностного доверия и доверия социальным институтам. Полученные результаты коррелируют с выводами, сделанными другими учеными, и позволяют наметить направления дальнейших исследований данной проблемы.

Ключевые слова: каршеринг; аренда; экономика; совместное потребление; риски; мегаполис; транспорт

Для цитирования: Брушкова Л.А., Кузнецов К.В. Социально-экономические риски пользователей каршеринга в московском мегаполисе. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2020;10(1):38-45. DOI: 10.26794/2226-7867-2020-10-1-38-45

ORIGINAL PAPER

Socio-Economic Risks of Carsharing Customers in the Moscow Megalopolis

L.A. Bruskova^a, K.V. Kuznetsov^b

Financial University, Moscow, Russia

^a <https://orcid.org/0000-0002-3787-3791>; ^b <https://orcid.org/0000-0003-1291-2894>

ABSTRACT

The article presents the results of sociological research of socio-economic risks of carsharing customers in the Moscow megalopolis. Carsharing is considered as one of the new types of sharing economy stimulated our days both by information technologies development and postmodern values of people. Currently carsharing is progressing rapidly in the Russian capital that makes relevant its various aspects of the investigation. There is a real contradiction when,

on the one hand, various paid services, including carsharing, are extending and on the other hand corresponding risks for people are growing too. The main goal of the research is discovering of socio-economic risks of Moscow carsharing customers both real and potential. The primary method of empirical sociological of carried out in April-May, 2019 is in-depth interviews with actual and potential customers of Moscow carsharing companies. The study reveals that both actual and potential carsharing customers have some fears related to technical and sanitary conditions of a rented car, traffic accidents, insurance, billing etc. At the same time, we found out that the shared usage of a car itself actual the customers more responsible. It studies that development of carsharing in Moscow is constrained mainly by subjective factors related to the mentality of Russians (fears, phobias) and by such factors as sufficiently low level of trust both to people and social institutions. Obtained results are correlated to the statements made by other researchers and let to map out directions of further study of this field.

Keywords: carsharing; rent; economy; sharing consumption; risk; megalopolis; transport

For citation: Brushkova L.A., Kuznetsov K.V. Socio-economic risks for carsharing customers in the Moscow megalopolis. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2020;10(1):38-45. DOI: 10.26794/2226-7867-2020-10-1-38-45

В настоящее время в крупных российских городах наблюдается стремительный рост каршеринга (от англ. car — автомобиль, share — делиться) — новой практики краткосрочной аренды автомобилей с использованием мобильных приложений. Как правило, сервисы предполагают поминутную оплату и позволяют оставить автомобиль в любой точке внутри определенной зоны, не нарушая правил дорожного движения.

Феномен совместного пользования различными ресурсами для удовлетворения потребностей появился еще в древности, когда ресурсов просто не хватало на всех членов общины. Но «шеринг» в современном понимании возник под влиянием двух основных факторов: нового технологического уклада, центром которого являются информационно-коммуникативные технологии (ИКТ), и постмодернистских изменений ценностных ориентаций людей.

С появлением ИКТ стало гораздо проще связывать экономических агентов при помощи различных мобильных платформенных решений. Так, современное программное обеспечение с интернет-соединением позволяет быстро, удобно и дешево связывать клиентов каршеринга и соответствующие компании. Еще 15–20 лет назад технологически это было невозможно.

Также наблюдается изменение базовых ценностей россиян: понимания успешности, счастья, богатства и др. Так, если в позднесоветский период обладание автомобилем или дачей считалось признаком успешности человека, то в настоящее время мобильный доступ к интернету, позволяя человеку пользоваться автомобилем именно тогда, когда ему это нужно, диктует иное понимание успешности, не обязательно связанное с приобретением материальных ценностей. Уже сейчас 12% россиян,

имеющих водительское удостоверение, зарегистрированы в сервисах каршеринга, и по прогнозам ожидается рост данной отрасли (<https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/03/06/795741-karsheringom-12>).

Ценность мобильности в современном обществе важнее, чем ценность закрепления на одном месте. Экономика совместного потребления отвечает этой социальной потребности, увеличивая мобильность общества.

Выдвигая свою теорию мобильности, Джон Урри считал, что перед социологами встанет задача осмысления взаимопроникновения и связи многочисленных передвижений (мобильностей) людей в обществе, того, как глобальные сети и потоки изменяют социальные структуры и их конструкторы [1, с. 233–269].

Таким образом, каршеринг — это новая для нашей страны услуга, связанная как с развитием ИКТ, так и с постепенным распространением постмодернистских ценностей в обществе, что особенно ощущается в российских мегаполисах.

В отличие от традиционной аренды автомобиля, каршеринг предполагает:

- возможность поминутной аренды машины;
- простоту доступа (через приложения для смартфонов);
- онлайн-регистрацию;
- широкий охват (по всему городу);
- отсутствие явных эксплуатационных расходов (бензин, масло, страховка, техническое обслуживание, ремонт, мойка, химчистка и т.д.).

По данным Сбербанка России, объем расходов населения на каршеринг в начале 2019 г. в России превысил 1 млрд руб. в месяц. За 2018 г. рынок каршеринга в России по сравнению с 2017 г. увеличился в 5 раз — до 7 млрд руб. Это связывается с приходом на рынок сегодняшнего лидера отрасли — ком-

пании «Яндекс.Драйв» (https://www.sberbank.ru/ru/press_center/all/article?newsID=48c6f7c1-b94e-4077-b50f-b2e050772adb&blockID=1303®ionID=77&lang=ru&type=NEWS).

Согласно информации портала truesharing.ru, за первую половину 2019 г. столичный парк автомобилей каршеринга составил 23 557 машин. В результате московский каршеринг стал мировым лидером по автопарку, опередив Токио с его 20–21 тыс. автомобилей [2].

К 2020 г. ожидается рост московского автопарка каршеринга до 30 тыс. автомобилей. Правительство Москвы рассматривает каршеринг как перспективную отрасль столичной экономики. Так, по словам Максима Ликсутова, руководителя Департамента транспорта г. Москвы, в столице почти миллион человек пользуются каршерингом регулярно, 54% — несколько раз в неделю и 21% — хотя бы раз в месяц. 84% московских пользователей каршеринга добираются на арендованном авто на работу или используют его для кратковременных поездок (<https://www.mos.ru/news/item/53039073>).

По данным Центра организации дорожного движения г. Москвы (ЦОДД), за первую половину 2019 г. каршеринговые автомобили в Москве были арендованы 24 млн раз. Это на миллион больше, чем за весь 2018 г. А в течение суток в Москве используется 81% от всего автопарка каршеринга. Ежедневно один такой автомобиль арендуется в среднем 7 раз [3].

Естественно, что с ростом количества поездок на каршеринговых автомобилях увеличиваются различные риски его пользователей. Каковы же эти риски, в оценках самих пользователей? Для изучения этого вопроса в апреле–мае 2019 г. авторами статьи было проведено социологическое исследование с использованием метода глубинного интервью (объем выборочной совокупности — 12 человек).

Поскольку каршеринг — это новая социально-экономическая практика для россиян и число его пользователей в настоящее время относительно невелико, было принято решение опросить как реальных, так и потенциальных пользователей данного сервиса. Всего было проведено 12 глубинных интервью с респондентами, постоянно проживающими в Москве и владеющими автомобильными правами категории В (легковой автомобиль с массой до 3,5 тонн). Респонденты были разделены на 4 группы:

- группа 1: пользуются каршерингом и эксплуатируют свой автомобиль;

- группа 2: пользуются каршерингом, не эксплуатируют свой автомобиль;

- группа 3: не пользуются каршерингом, эксплуатируют свой автомобиль;

- группа 4: не пользуются каршерингом и не эксплуатируют свой автомобиль.

Исследовательская гипотеза заключалась в следующем: развитие каршеринга в московском мегаполисе сдерживается в основном факторами субъективного порядка, связанными с менталитетом россиян (уровень доверия, опасения и фобии).

Обратимся вначале к рассмотрению каршерингового опыта респондентов и проанализируем две группы реальных пользователей этого сервиса, одна из которых — владельцы личных автомобилей. Именно эти респонденты пользовались каршерингом за последний год хотя бы один раз и имеют личный опыт взаимодействия с компаниями-поставщиками таких услуг (*табл. 1*).

Как следует из *табл. 1*, какой-либо связи между возрастом респондента и продолжительностью использования каршеринга нет. Примечательно, что никто из респондентов не использовал каршеринг более 2 лет. Эти данные коррелируют со временем первого бума столичного каршеринга, который пришелся на 2017 г. (напомним, что исследование проводилось в апреле–мае 2019 г.).

Согласно данным *табл. 2*, каршеринг для пользователей-автовладельцев — это скорее дополнительная транспортная возможность, расширяющая их внутригородскую мобильность, и у них, вероятнее всего, нет необходимости частого его использования. Для людей, не имеющих личный автомобиль, каршеринг является его (автомобиля) полным заменителем, что мотивирует их на более частые поездки на арендованной машине. В ходе исследования было также замечено, что чем чаще респондент использует услуги каршеринга, тем сильнее у него желание иметь собственный автомобиль.

Как следует из *табл. 3*, владельцы личного автомобиля используют каршеринг как дополнительное средство внутригородской мобильности, позволяющее им легче попадать в труднодоступные места города, например улицы, где мало парковок или они слишком дороги. Респонденты, которые не владеют личным автомобилем, пользуются арендованной машиной при решении повседневных задач, что можно было бы сделать и с помощью общественного транспорта или такси.

Как видно из *табл. 4*, среднее расстояние поездки на каршеринговом автомобиле оцени-

Таблица 1 / Table 1

**Общая продолжительность использования услуг каршеринга /
The total duration of carsharing services usage**

Эксплуатируют личный автомобиль	Не эксплуатируют личный автомобиль
Респондент 1 (мужчина, 21 год) – 2 года	Респондент 4 (мужчина, 30 лет) – 2 года
Респондент 2 (мужчина, 20 лет) – 2 года	Респондент 5 (мужчина, 31 год) – 1,5 года
Респондент 3 (мужчина, 32 года) – 1 год	Респондент 6 (мужчина, 21 год) – 8 месяцев

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

Таблица 2 / Table 2

Частота использования услуг каршеринга / Frequency of carsharing services usage

Эксплуатируют личный автомобиль	Не эксплуатируют личный автомобиль
Респондент 1 (мужчина, 21 год) – 1–2 раза в неделю	Респондент 4 (мужчина, 30 лет) – 2–3 раза в день
Респондент 2 (мужчина, 20 лет) – 1 раз в месяц	Респондент 5 (мужчина, 31 год) – 2–3 раза в месяц
Респондент 3 (мужчина, 32 года) – 1–2 раза в полгода	Респондент 6 (мужчина, 21 год) – 1–2 раза в полгода

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

Таблица 3 / Table 3

Самые популярные маршруты на автомобилях каршеринга / The most popular carsharing routs

Эксплуатируют личный автомобиль	Не эксплуатируют личный автомобиль
Респондент 1 (мужчина, 21 год) – от работы до университета и обратно	Респондент 4 (мужчина, 30 лет) – работа по всей Москве
Респондент 2 (мужчина, 20 лет) – поездки за МКАД и по делам в Москве	Респондент 5 (мужчина, 31 год) – аэропорт, магазин стройматериалов, в гости
Респондент 3 (мужчина, 32 года) – на работу, за город, магазин, развлечения	Респондент 6 (мужчина, 21 год) – до магазина за продуктами, забрать кого-то откуда-то

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

вается респондентами в 15 км. При этом время, затраченное на движение, составляет 35 минут. Это значит, что средняя скорость движения по Москве – примерно 25 км/ч, это соответствует движению в сильном транспортном заторе. Таким образом, один из главных страхов респондентов – попасть в пробку на арендованном автомобиле, а значит, столкнуться с немалыми финансовыми затратами, вполне оправдан. Данное предположение подтверждается и результатами исследования компании РwС «Опрос потребителей о новых технологиях в автомобильной отрасли», согласно которому 66% респондентов отметили проблему пробок на дорогах и потерю времени в пробках как основное опасение, связанное с вождением автомобиля [4].

Также некоторые пользователи каршеринга, бронируя машину, ставят ее в режим ожидания, тем самым не давая другим пользователям воз-

можности ее забронировать. Таким образом они получают гарантию, что машина «дождется» их. Но такая функция оплачивается отдельно, о чем поведал нам один из респондентов в ходе интервью.

Как следует из табл. 5, продолжительность средней поездки респондентов, не владеющих личным автомобилем, дольше, чем респондентов-автовладельцев. Так, в ходе интервью выяснилось, что один респондент арендовал автомобиль на сутки, чтобы целый день передвигаться по своим делам. Владельцы же личных автомобилей предпочитают использовать каршеринг для поездок на короткие расстояния.

В ходе интервью все респонденты указывали на те или иные преимущества использования каршеринга, причем это касается как автовладельцев, так и тех, кто машины не имеет.

Пользователи каршеринга-автовладельцы выделяют, в частности, следующие его достоинства:

Таблица 4 / Table 4

**Средняя продолжительность поездки на каршеринговом автомобиле /
The average length of carsharing trip**

Эксплуатируют личный автомобиль	Не эксплуатируют личный автомобиль
Респондент 1 (мужчина, 21 год) – 10–15 км, 30–40 минут	Респондент 4 (мужчина, 30 лет) – 45 минут, 15 км
Респондент 2 (мужчина, 20 лет) – 10–45 км, время зависит от пробок	Респондент 5 (мужчина, 31 год) – 30 мин, 30 км
Респондент 3 (мужчина, 32 год) – 30–40 минут	Респондент 6 (мужчина, 21 год) – 30–40 минут. Но машина часто стоит в режиме ожидания, что тоже стоит денег. 5–10 км – средняя поездка

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

Таблица 5 / Table 5

**Продолжительность самой короткой и самой длинной поездки на автомобиле каршеринга /
Duration of the shortest and the longest carsharing trips**

Эксплуатируют личный автомобиль	Не эксплуатируют личный автомобиль
Респондент 1 (мужчина, 21 год) – самая короткая поездка – 10 минут, самая длинная – 3 часа	Респондент 4 (мужчина, 30 лет) – самая короткая – 2 км, самая длинная – 50 км
Респондент 2 (мужчина, 20 лет) – самая короткая поездка занимала 10 км, это примерно 15 минут, самая длинная – несколько часов по пробкам, примерно 45 км	Респондент 5 (мужчина, 31 год) – самая короткая – 7 мин, самая длинная – 24 часа (бронирование на сутки)
Респондент 3 (мужчина, 32 года) – самая короткая – до метро – 3 минуты, самая длинная – 2 часа	Респондент 6 (мужчина, 21 год) – самая короткая – 5 метров, самая длинная – по пробкам – часа 2,5–3

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

1. Удобство при поездках на короткие расстояния.

2. Гибкие тарифы.

3. Отсутствие платы за парковку на муниципальных стоянках.

4. Большой выбор автомашин.

«Каршерингом удобно пользоваться на короткие расстояния. Динамичные тарифы позволяют сделать перемещение более выгодным, чем на такси. Нет переживаний за парковку по цене в 380 руб./ч в центре Москвы. Большой выбор машин, приложений и т.д. Всегда уедешь на чем-то. Премиум – супер:-)» (мужчина, 21 год, эксплуатирует личный автомобиль):

5. Возможность поездок на желаемом автомобиле.

«Можно проехаться с друзьями» (мужчина, 20 год, эксплуатирует личный автомобиль).

6. Возможность взять машину в другом городе.

«Только при крайней необходимости. В других городах это удобно» (мужчина, 32 год, эксплуатирует личный автомобиль).

Респонденты, не владеющие собственным автомобилем, называли такие преимущества каршеринга, как:

1. Отсутствие платы за техническое обслуживание машины и топливо.

2. Возможность эксплуатации разных по моделям и классам автомобилей.

3. Возможность сэкономить на содержании собственной машины.

4. Бесплатная парковка на муниципальных стоянках.

5. Невысокая стоимость аренды автомобиля.

«Преимущество в ненужности платы за обслуживание автомобиля. Преимущество в возможности поехать на разных моделях автомобилей. Экономически выгоднее использовать машины каршеринга на короткие поездки в гипермаркет один раз в неделю, чем содержать для этих целей личный автомобиль. Преимущество в использовании муниципальных парковок (стоимость включена в стоимость аренды автомобилем). Преимущество в возможности доехать на машине в аэропорт и оставить ее там, не переживая за оплату парковки (на много дней)» (мужчина, 30 лет, не эксплуатирует личный автомобиль).

«Нет затрат на покупку авто. Нет затрат на обслуживание авто. Можно гонять, не жалея бензина и состояния авто. Дешевле, чем такси. Больше

свободы передвижения» (мужчина, 31 год, не эксплуатирует личный автомобиль).

«Бензин, парковка, сервисное обслуживание, страховка, мойка» (мужчина, 21 год, не эксплуатирует личный автомобиль).

Таким образом, все респонденты указывают на относительную дешевизну каршеринга, связанную с отсутствием эксплуатационных расходов, и его удобство. Для владельцев личного автомобиля каршеринг — это еще и отличная возможность познакомиться с возможностями люксовых машин. Для респондентов же, не имеющих личный автомобиль, каршеринг — это возможность ездить на машине, не заботясь о ее техническом обслуживании.

Перейдем теперь к проблеме социально-экономических рисков пользователей каршеринга.

Сразу отметим, что определенный вклад негативного свойства в восприятие россиянами каршеринга как высокорискованной услуги вносят СМИ. Так, если в дорожно-транспортном происшествии (ДТП) участвовала машина каршеринга, это сразу получает широкое освещение в традиционных СМИ и интернет-блогах. Если же ДТП происходит с обычной машиной, это не вызывает ажиотажа, за исключением действительно серьезных происшествий. Данную ситуацию можно объяснить тем, что каршеринг — новая экономическая практика в России, и именно поэтому он привлекает к себе пристальное внимание СМИ.

Сравним мнения реальных и потенциальных пользователей каршеринга на предмет их опасений, связанных с использованием этой услуги.

Большая часть респондентов, использующих каршеринг (3 человека), указали, что вообще не имеют каких-либо опасений, связанных с использованием данной услугой. Два человека указали, что у них есть определенные опасения, и 1 респондент заявил, что имел опасения до того, как начал пользоваться каршерингом, но потом «перестал бояться из-за большого опыта использования каршеринга».

Мнения респондентов, не использующих каршеринг, разделились поровну: 3 человека «испытывают опасения, связанные с данной услугой», и 3 человека «не испытывают».

Таким образом, большинство респондентов (7 человек) утверждают, что не испытывают каких-либо опасений, связанных с использованием каршеринга. Многие пользователи каршеринговых сервисов на момент опроса уже имели опыт решения тех или иных проблем, связанных с данным сервисом, что, по их собственным утверждениям, способствовало ослаблению настороженности. Как показал опрос,

потенциальные пользователи каршеринга имеют больше опасений относительно этого сервиса, чем реальные клиенты этих компаний.

Следует отметить, что многие респонденты — пользователи каршеринга в ходе интервью говорили, что при управлении арендованным (чужим) автомобилем они были особенно осторожны, что очевидно свидетельствует о повышенной ответственности клиентов каршеринга. Это подтверждают и ученые. Так, М.Е. Святохина в своем исследовании «Институционализация социальной ответственности потребителей (на примере пользования каршеринга в Москве)» приходит к выводу, что при управлении автомобилем, находящимся в общем пользовании, водители склонны изменять свое поведение в сторону большей ответственности, по сравнению с использованием личным автомобилем [5].

В ходе интервью мы просили респондентов конкретизировать те опасения, которые они испытывают при использовании каршеринга. Были получены следующие ответы.

«Попасть в аварию; техническая неисправность авто; можно не заметить повреждения при аренде; не закрыть авто по причине сбоя; получить штраф» (мужчина, 32 года, эксплуатирует личный автомобиль).

«Машина будет повреждена при прошлой аренде, а сумму ущерба припишут мне. Машина будет в плохом техническом состоянии, я не смогу ей воспользоваться. Придется искать другую машину или ехать на такси. Чаще всего все это сопровождается потерей драгоценного времени. Опасения, что я попаду в ДТП по моей вине. Это опасно тем, что если в машине не будет КАСКО, то сумму ущерба придется выплачивать самому. Суммы могут доходить до стоимости самого автомобиля. На каршеринге легко попасть в ДТП, так как машина незнакомая или может быть повреждена прошлыми арендующими. Опасения, что до машины нужно будет далеко идти (авто не всегда стоят близко к заказчику). Опасения, что будет нарушен какой-либо пункт договора, будет наложен большой штраф, который не получит покрыть из своих собственных средств» (мужчина, 21 года, не эксплуатирует личный автомобиль).

«Авария; не отмечу имеющиеся повреждения и их повесят на меня; не возьму водительские права с собой; не найдется место для парковки; встать в пробку» (мужчина, 31 год, не эксплуатирует личный автомобиль).

«Не совсем безопасные машины в принципе. Небезопасные с точки зрения неизвестности технического состояния. Ты не знаешь, что находится в салоне,

обшивке. Ты не знаешь, кто был до тебя в салоне и каково его здоровье. Легкая боязнь страховки и ответственности за эту машину» (мужчина, 20 лет, эксплуатирует личный автомобиль).

«Возможная неисправность автомобиля. Высокая ответственность при аварийной ситуации. Каршеринг может приписать повреждения авто от прошлого водителя мне. Небезопасное сервисное интернет-обслуживание, когда могут взломать твой аккаунт в каршеринге. Непонятная система штрафования за нарушения» (мужчина, 20 лет, не эксплуатирует личный автомобиль).

«Машина ломается. Незнание габаритов машин, незнакомые органы управления. ДТП. Отсутствие страховки. Сбои приложения, финансовые потери» (мужчина, 19 лет, не эксплуатирует личный автомобиль).

Таким образом, главные опасения респондентов связаны с техническим состоянием автомобиля как до начала, так и в процессе аренды. Так, все респонденты отметили, что боятся попасть в ДТП и арендовать автомобиль с повреждениями, оставленными предыдущими пользователями. Все это сопряжено с незапланированными расходами (штрафы, ремонт), потерей времени и нервов при «хождении по судам».

При ответах на вопрос: «Попадали ли Вы в неприятные (опасные) ситуации, связанные с каршерингом?» мнения респондентов разделились поровну. Причем пользователи каршеринга, не владеющие личными автомобилями, попадали в опасные ситуации чаще.

Среди наиболее частых происшествий при использовании арендованной машины респондентами назывались аварии и технические неполадки автомобиля. Респонденты указывали также на довольно частые технические сбои каршеринговых приложений, ошибки в выставленных счетах и др. Отмечались также случаи эвакуации автомобиля, когда пользователям самим приходилось забирать машину со штрафстоянки. Нередко респонденты попадали в пробки, что увеличивало время поездки, а значит и ее стоимость. Бывали случаи, когда предыдущие пользователи оставляли машины за заборами или шлагбаумами, что препятствовало дальнейшему использованию данного автомобиля.

Как решались такие ситуации? В ходе опроса выяснилось, что если пользователи каршеринга попадали в аварию, то оформление дорожно-транспортного происшествия производилось через ГИБДД, которая определяла виновных и пострадавших, а вопросы, связанные с технической неис-

правностью автомобиля во время аренды, в том числе, и по вине предыдущих пользователей, решались с помощью службы технической поддержки каршеринговой компании.

В ходе опроса мы также выясняли, случались ли с друзьями, знакомыми, членами семьи респондента неприятные ситуации, связанные с каршерингом. Половина опрошенных заявили, что представители их ближайшего окружения сталкивались с такими ситуациями, а именно: различными штрафами (от мелких до крупных), дорожно-транспортными происшествиями, техническими неисправностями арендованного автомобиля, некорректной работой приложения на смартфоне, ошибками при выставлении счетов, неудовлетворительным состоянием салона автомобиля. Отсюда можно сделать вывод, что опасения пользователей каршеринга формируется как на основе собственного опыта, так и под влиянием негативного опыта их ближайшего социального окружения.

Проведенное исследование позволило нам прийти к следующим выводам:

1. Активное развитие каршеринговых сервисов началось в московском мегаполисе примерно 2 года назад, о чем свидетельствует соответствующий опыт опрошенных нами пользователей каршеринга.
2. На стратегию использования каршерингового автомобиля оказывает влияние наличие у пользователей этого сервиса собственного автомобиля. Пользователи-автовладельцы используют арендованную машину как дополнение к личному транспорту, а те, кто не имеет своего автомобиля, — как основной вид транспорта (наравне с метро).
3. Основные опасения пользователей каршеринга связаны с техническим состоянием арендованной машины, возможными дорожно-транспортными происшествиями и их последствиями.
4. Большинство пользователей каршеринга уже имеют опыт решения различных проблемных ситуаций, связанных с эксплуатацией арендованного автомобиля, что снижает уровень их тревожности относительно каршеринга. Кроме того, пользователи каршеринга демонстрируют повышенную ответственность, эксплуатируя арендованное (чужое) имущество.
5. Пользователи каршеринга указывают на определенные недостатки предлагаемых в аренду автомобилей, включая неприемлемое поведение предыдущих пользователей, которые оставляют мусор и грязь в салоне автомобиля.
6. Значительная часть респондентов утверждает, что их друзья, родственники или знакомые

попадали в опасные ситуации на автомобилях каршеринга, что может негативно влиять на уровень доверия этому сервису его реальных и потенциальных пользователей.

7. Желание приобрести личный автомобиль с появлением каршеринговых услуг у большин-

ства его пользователей не пропадает. В то же время, даже при условии приобретения собственной машины, пользователи каршеринга выражают намерение продолжать использовать этот сервис (как дополнение к собственной машине).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Урри Дж. Мобильности. М.: Праксис; 2012. 576 с.
2. Бегиашвили А. Московский каршеринг стал мировым лидером по автопарку. URL: <https://truesharing.ru/tp/19274/>.
3. Сизова А. Сколько проехали на автомобилях московского каршеринга за полгода. URL: <https://truesharing.ru/news/20288/>.
4. Малышев О. Завтрашний день автомобильной отрасли. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/autotech-russian.pdf>.
5. Святохина М.Е. Институционализация социальной ответственности потребителей (на примере пользования сервисами каршеринга в Москве). URL: <https://www.hse.ru/edu/vkr/219583245>.

REFERENCES

1. Urry J. Mobilities. Moscow: Praxis; 2012. (In Russ.).
2. Begiashvili A. Moscow carsharing has become a world leader in the fleet. 06.06.2019. URL: <https://truesharing.ru/tp/19274>. (In Russ.).
3. Sizova A. How much did you drive in Moscow carsharing cars in six months? 2019.07.30, URL: <https://truesharing.ru/news/20288>. (In Russ.).
4. Malyshev O. Tomorrow's auto industry. 2018. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/autotech-russian.pdf>. (In Russ.).
5. Svyatokhina M.E. Institutionalization of social responsibility of consumers (on the example of using carsharing services in Moscow). 2018. URL: <https://www.hse.ru/edu/vkr/219583245>. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Людмила Алексеевна Брушкова — кандидат социологических наук, доцент Департамента социологии, истории и философии, Финансовый университет, Москва, Россия
lbrushkova@fa.ru

Кирилл Валериевич Кузнецов — студент 4-го курса бакалавриата факультета социологии и политологии, Финансовый университет, Москва, Россия
kkv022@gmail.com

ABOUT THE AUTHORS

Lyudmila A. Brusikova — Candidate of Sociology, Associate Professor, Department of Sociology, History and Philosophy, Financial University, Moscow, Russia
lbrushkova@fa.ru

Kirill V. Kuznetsov — Student of Faculty of Sociology and Political Sciences, Financial University, Moscow, Russia
kkv022@gmail.com

Статья поступила 15.10.2019; принята к публикации 20.11.2019.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article received on 15.10.2019; accepted for publication on 20.11.2019.

The authors read and approved the final version of the manuscript.