

Женщины и каршеринг: опыт Москвы

Научный руководитель – Гребенюк Александр Александрович

Макаревич София Константиновна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия
E-mail: rexbringer12@gmail.com

Каршеринг - сервис, который предоставляет собственным клиентам автомобили для краткосрочного совместного использования. Каршеринг получил поддержку со стороны Правительства Москвы и встретил высокий спрос со стороны населения города. Как результат, несколько лет спустя - к 2020 году, - Москва стала лидером мирового рейтинга по размеру парка каршеринга [n2].

Исследования каршеринга как социального феномена часто демонстрируют превосходство численности мужчин-водителей каршеринга над женщинами-водителями каршеринга. Результаты таких исследований доказывают, что социально-демографические показатели, как гендер, важны, так как они демонстрируют разрыв в гендерной мобильности [n4]. Например, к началу 2020 года, в Москве среди водителей каршеринга было больше мужчин (85% среди всех водителей каршеринга), количество женщин было невелико (15%, соответственно) [n3].

Однако, доля женщин в каршеринге всё же растет: по данным каршерингового сервиса BelkaCar в 2020 году количество пользователей-женщин выросло в 2 раза по сравнению с 2017 годом (21% и 10%, соответственно) [n1].

Нас интересует, как относятся женщины, которые уже получили водительские права, к каршерингу? Почему они используют сервис? Что их мотивирует? А почему, наоборот, склоняются к отказу от краткосрочной аренды автомобиля для передвижения по городу? Каковы их страхи? Являются ли водители-женщины той категорией, благодаря которой можно ли увеличить спрос на услуги каршеринга?

Так, теоретический объектом исследования является - отношение потребителей к каршерингу. В качестве предмета исследования выступает отношение женщин-обладателей водительского удостоверения к столичному сервису каршеринга. Эмпирический объект исследования - женщины, имеющие права для вождения автомобиля и проживающие в Москве.

Цель - выявить отношение женщин, которые владеют водительским удостоверением, к феномену краткосрочной аренды автомобиля. В соответствии с целью были сформулированы исследовательские вопросы и поставлены исследовательские задачи:

- 1) Выявить отношение женщин-каршероководов к каршерингу в Москве.
- 2) Выявить отношение потенциальных пользователей каршеринговых услуг: женщин-обладателей водительского удостоверения к каршерингу в Москве.
- 3) Определить факторы, влияющие на выбор женщинами краткосрочной аренды автомобиля.
 - a. Определить факторы, подталкивающие к выбору каршеринга.
 - b. Определить факторы, подталкивающие к отказу от каршеринга.

Реализация поисковой исследовательской стратегии, а также комбинация качественных и количественных методов исследования позволит достигнуть поставленные задачи и ответить на исследовательские вопросы.

На основании полученных результатов работы выделены ключевые инсайты отношения женщин - обладателей водительского удостоверения - к каршерингу, определены факторы, подталкивающие и отталкивающие от использования сервиса. Выявлен потенциал выбранного сегмента целевой аудитории - женщин-водителей.

Источники и литература

- 1) Бондаренко Д. Женщины vs мужчины: кто основные клиенты популярных онлайн-сервисов [Электронный ресурс] // Forbes Woman. 23.02.2020: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/393485-zhenshchiny-vs-muzhchiny-kto-osnovnye-klienty-populyarnyh-onlayn-servisov>
- 2) Зеленцова А. Москва стала мировым лидером по числу автомобилей каршеринга [Электронный ресурс] // Российская газета. 09.01.2020: <https://rg.ru/2020/01/09/reg-cfo/moskva-stala-mirovym-liderom-po-chislu-avtomobilej-karsheringa.html>.
- 3) Развитие каршеринга в Москве [Электронный ресурс] // Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы. Ноябрь, 2019: http://rosacademtrans.ru/wp-content/uploads/2019/11/Moscow_sharing_rus.pdf
- 4) María del Mar Alonso-Almeida Carsharing: Another gender issue? Drivers of carsharing usage among women and relationship to perceived value // Travel Behaviour and Society. Т. 17. Октябрь, 2019. С. 36 – 45.