

Исследование пользовательского опыта ведущих агрегаторов такси в Москве 2019

КРАТКОЕ ОГЛАВЛЕНИЕ

Краткое оглавление	2
Полное оглавление	3
Причины отказа от пользования услугами такси	4
Мониторинг СМИ по негативным событиям с участием такси в Москве	6
Пользование услугами такси в Москве. Результаты социологического исследования.....	9
Приложения	32
Список диаграмм	46
Список таблиц	49

О маркетинговом агентстве РБК

Маркетинговое агентство РБК Исследования рынков (Департамент консалтинга РБК) проводит исследования во всех ключевых сферах бизнеса – полевые исследования, кабинетные маркетинговые исследования рынков, стратегический консалтинг и бизнес-планирование, оптимизация бизнес-процессов, управление затратами, оценка инвестиционной привлекательности, конкурентный анализ, оценки спроса, удовлетворенности потребителей, лояльности к бренду и многое другое. Маркетинговые исследования, анализ рынков и консалтинговые рекомендации базируются на информационных источниках холдинга РБК, непосредственном изучении игроков рынка, обширных базах данных, результатах экспертных интервью с ключевыми игроками рынков.

Маркетинговое агентство РБК Исследования рынков имеет опыт реализации российских проектов в финансовом секторе, потребительском секторе, сетевой розничной торговле, топливно-энергетическом комплексе, машиностроении, транспортной инфраструктуре и логистике, металлургии, телекоммуникационном секторе, пищевой, фармацевтической, автомобильной и строительной промышленности. Компания обладает мощной исследовательской и технологической базой, собственными разработками в области консалтинга и маркетинга. В Маркетинговом агентстве РБК Исследования рынков работают кандидаты наук и дипломированные специалисты, обладающие глубокими знаниями в маркетинге и конкретных отраслях экономики.

ПОЛНОЕ ОГЛАВЛЕНИЕ

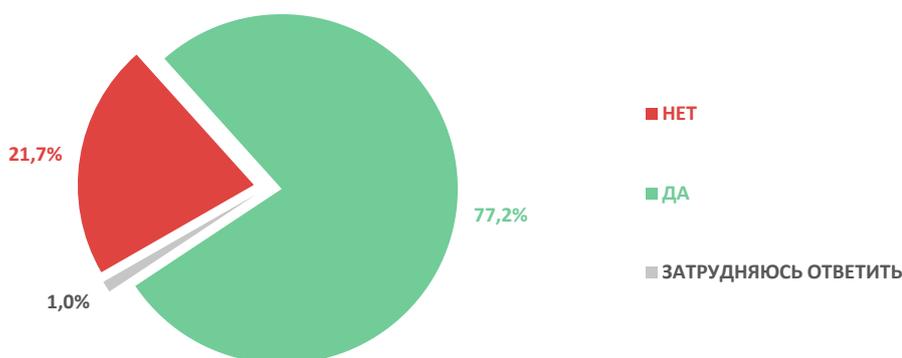
Краткое оглавление	2
Полное оглавление	3
Причины отказа от пользования услугами такси	4
Мониторинг СМИ по негативным событиям с участием такси в Москве	6
Пользование услугами такси в Москве. Результаты социологического исследования.....	9
Популярность основных классов такси в Москве.....	9
Конфликтные ситуации с водителями такси.....	14
Основные виды конфликтных ситуаций	17
Среди клиентов – мужчин	17
Среди клиентов – женщин.....	20
Прочие виды конфликтных ситуаций.....	23
Агрегаторы такси, с водителями которых у пользователей случались конфликтные ситуации	28
Характеристики выборки.....	29
Приложения	32
Определение факторов выбора такси в различных жизненных ситуациях	32
Ситуация «Нужно быстро добраться».....	33
Ситуация «Поездка с вечеринки».....	36
Ситуация «Поездка по работе»	39
Ситуация «Поездка с ребенком».....	41
Ситуация «Поездка в аэропорт / на вокзал»	42
Список диаграмм	46
Список таблиц	49

ПРИЧИНЫ ОТКАЗА ОТ ПОЛЬЗОВАНИЯ УСЛУГАМИ ТАКСИ

Согласно данным социологического опроса 2019 года, подавляющее большинство опрошенных россиян прибегало к услугам такси в течение последнего года. Лишь 22% респондентов не ездили на такси в исследуемый период. Из данных результатов можно сделать вывод, что услуги такси в последнее время приобрели массовый характер и доступны широким слоям населения.

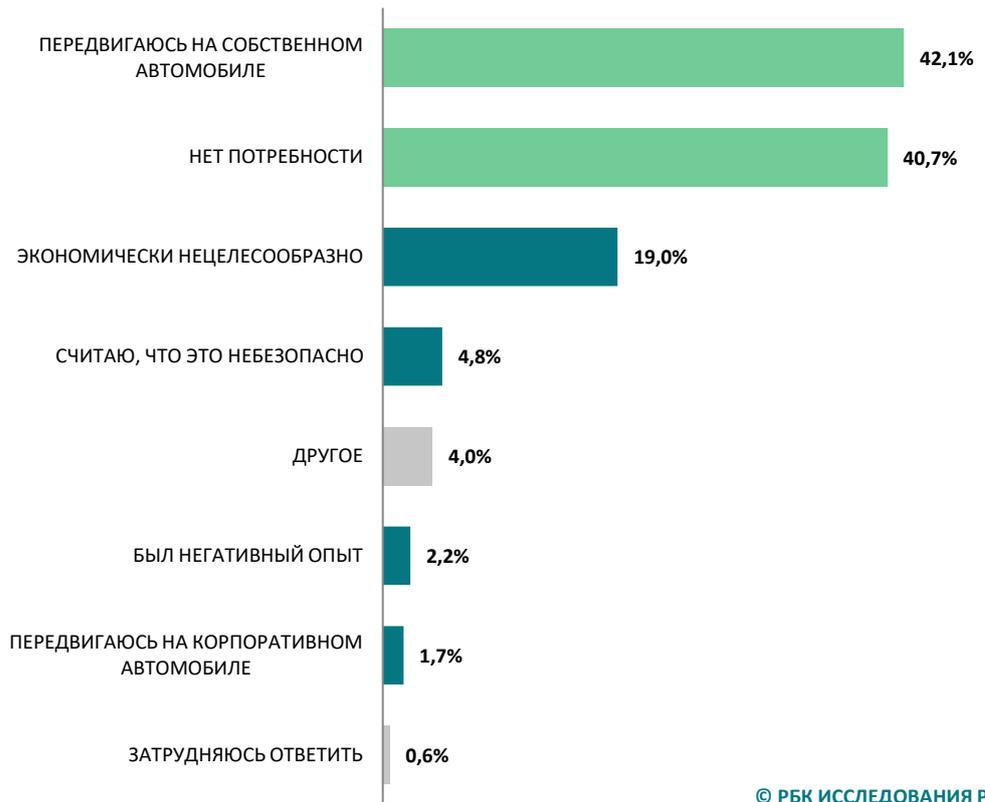
Данные изменения в большинстве своем были вызваны появлением и развитием агрегаторов, которые сделали услуги такси наиболее прозрачными, регламентированными, несколько более доступными по цене и удобными. Раньше поездки осуществлялись преимущественно по счетчику, когда клиент мог не знать даже приблизительную стоимость поездки, не было единых стандартов качества обслуживания, проверки и отбора водителей, автомобилей и пр., а на дорогах было много частных таксистов. Теперь большинство водителей вынуждены подключаться к тому или иному агрегатору, проходить процедуру устройства на работу, инструктаж и т.д., что является безусловным плюсом для клиентов. Более того, приложения – основной инструмент контакта с потребителями – позволяют не только узнать стоимость заказа, но и отследить местонахождение и время прибытия автомобиля, узнать всю необходимую информацию о водителе и таксопарке, оперативно изменить параметры заказа и т.д.

Рис. 1. «Пользовались ли Вы услугами такси за последний год?», 2019 г., % от опрошенных



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Вместе с тем, каждый пятый респондент все же не прибегал к услугам такси в течение последнего года. В качестве основных причин отказа от такси выступают наличие собственного автомобиля и отсутствие потребности в перемещении на такси. Последний ответ может включать передвижение на собственном транспортном средстве, на общественном транспорте (особенно в Москве, где на метро добраться можно гораздо быстрее и дешевле), отсутствие жизненных обстоятельств, требующих обращения к услугам таксистов и т.д. Обозначенные варианты ответа выбрали 41-42% респондентов, которые в исследуемый период не ездили на такси. Далее с большим отрывом следует фактор экономической нецелесообразности, что опять-таки может объясняться наличием более быстрого, не зависящего от времени дня и пробок транспорта – метро. Небезопасными поездки на такси считают лишь 5% опрошенных, отказывающихся от данного способа передвижения.

Рис. 2. Причины отказа от услуг такси, 2019 г., % от опрошенных, не пользующихся такси

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

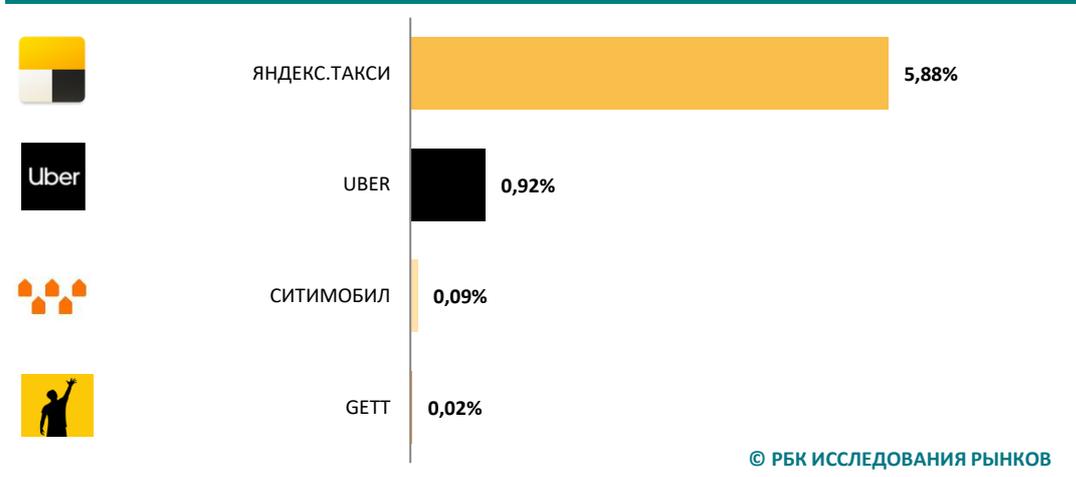
МОНИТОРИНГ СМИ ПО НЕГАТИВНЫМ СОБЫТИЯМ С УЧАСТИЕМ ТАКСИ В МОСКВЕ

Ни для кого не секрет, что репутация компании оказывает серьезное влияние на ее деятельность, в том числе на отношение к ней покупателей и, как следствие, уровень продаж. В сервисах такси клиенты, как бы громко это не звучало, доверяют водителям свою жизнь и здоровье, а также жизни своих родных, поскольку наибольшее количество аварий случается именно при использовании автомобильного транспорта. В таком случае, если происходят широко освещаемые в СМИ события, связанные с ДТП, неадекватным поведением со стороны таксистов, особенно с причинением телесных повреждений или смерти пассажирам или другим участникам движения, репутация компании резко ухудшается, что приводит к незамедлительному падению операционных показателей.

С целью проанализировать информационный фон вокруг основных агрегаторов такси, аналитики РБК Исследования рынков провели мониторинг новостей за период с марта 2016 г. по май 2019 г. Основным инструментом выступила интернет-библиотека Public, включающая в себя большинство СМИ федерального и регионального масштабов. В Public был создан запрос с широким перечнем ключевых слов, отдаленно или напрямую связанных с неадекватным поведением таксистов и всевозможными происшествиями, будь то ДТП, убийство, насилие, ограбление, причинение увечий и т.д. Затем полученные новости (более 6 600 без учета дублей и перепечаток) были проверены на релевантность. Общий итог – 4 554 публикации, которые напрямую касаются негативных происшествий с участием водителей такси в Москве и Московской области с 01 марта 2016 г. по 22 мая 2019 г.

Далее материалы рассматривались с точки зрения упоминания в них названий агрегаторов «Яндекс.Такси», «Ситимобил», Gett, Uber и Wheely и окраски данных упоминаний (негативная, нейтральная, позитивная). Близкий к нулю показатель доли позитивных и нейтральных новостей подтвердил корректность и высокую эффективность созданного в Public запроса. Безоговорочным «лидером» по количеству негативных событий выступает «Яндекс.Такси», доля которого в пуле релевантных новостей практически достигла 6%! То есть в 268 из 4 554 публикаций о всевозможных происшествиях с водителями такси фигурируют водители данного агрегатора.

Рис. 3. Доля новостей о негативных событиях с участием водителей агрегаторов, март 2016 г. – май 2019 г., % от всех новостей о негативных событиях с участием такси в Москве



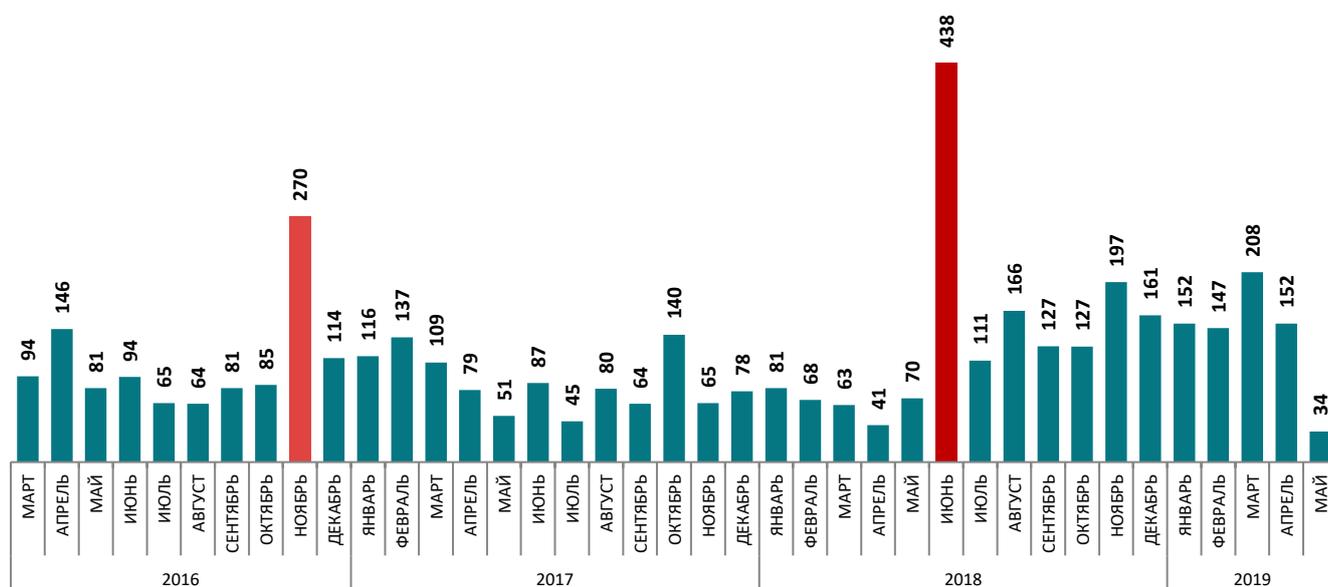
© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Далее с колоссальным отрывом следуют остальные сервисы такси, анализируемые в данном исследовании. Стоит отметить, что новости негативного содержания о с упоминаниями премиального сервиса Wheely в принципе не встречаются. **Вместе с тем, среди агрегаторов, работающих в массовом сегменте, наилучшие позиции занимает компания Gett, фигурирующая только в одной новости негативного характера относительно «легкого» содержания: таксист совершал поездку из Москвы в Рязань и уже в Рязани попал в ДТП, результатом которого стали механические повреждения автомобилей и отсутствие человеческих жертв.**

Информационный фон вокруг «Яндекс.Такси» оказывается в разы хуже. Почти все события, которые нашли отражение в новостях, касались причинения вреда здоровью и жизни пассажиров, пешеходов или самих водителей, насилия, ограблений и прочих происшествий из разряда криминальной хроники. Наиболее резонансное событие последних трех лет произошло 16 июня 2018 года: водитель «Яндекс.Такси» в центре Москвы сбил восьмерых человек, в том числе футбольных фанатов из Мексики. Первым предположением в ходе следствия выступил факт алкогольного опьянения водителя. Однако тест показал обратное, а сам таксист сообщил, что был за рулем около 20 часов, «а до этого спал порядка трех часов», в связи с чем и перепутал педали газа и тормоза. Инцидент получил максимально широкую огласку, а публикации выходили по мере появления новых деталей происшествия. Тогда общественность вновь заговорила о проблеме переработок таксистов агрегаторов, которая все чаще стала приводить к ужасающим последствиям. Как выяснилось, для водителей в частности «Яндекс.Такси» подобные переработки – скорее норма, чем исключение. Необходимость «отбивать» аренду автомобиля, заправлять и обслуживать его, отдавать высокий процент агрегатору, особенно в условиях снижения тарифов по Москве, привела к колоссальному увеличению рабочего дня таксистов, что вызвало рост числа ДТП и прочих происшествий с участием водителей агрегатора.

Рис. 4. Количество новостей о негативных событиях с участием такси в Москве, март 2016 г. – май 2019 г., ед.



Источник: Росстат, расчеты РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Еще одно широко освещаемое событие произошло 13 ноября 2016 года: на юго-востоке Москвы такси на скорости выехало на трамвайную остановку, в результате чего пострадали более 10 человек. Причина та же: водитель работал около суток и уснул

за рулем. Однако ни один из рассматриваемых агрегаторов не имел отношения к данному случаю, в новостях упоминается лишь название таксопарка.

Тем не менее, если в каком-либо инциденте участвует водитель такси, то в подавляющем большинстве случаев он работает через «Яндекс.Такси». Более того, помимо стандартных случаев создания ДТП, водители агрегатора оказываются замешаны в прочих преступных действиях, среди которых чаще всего встречаются насилие и грабежи. Существуют ещё менее адекватные ситуации, в которых таксисты приходят в состояние ярости и нападают на пассажиров, иногда практически беспричинно. Подобные события являются следствием, в том числе, относительно формального подхода рассматриваемого агрегатора к подбору и контролю водителей.

ПОЛЬЗОВАНИЕ УСЛУГАМИ ТАКСИ В МОСКВЕ. РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Популярность основных классов такси в Москве

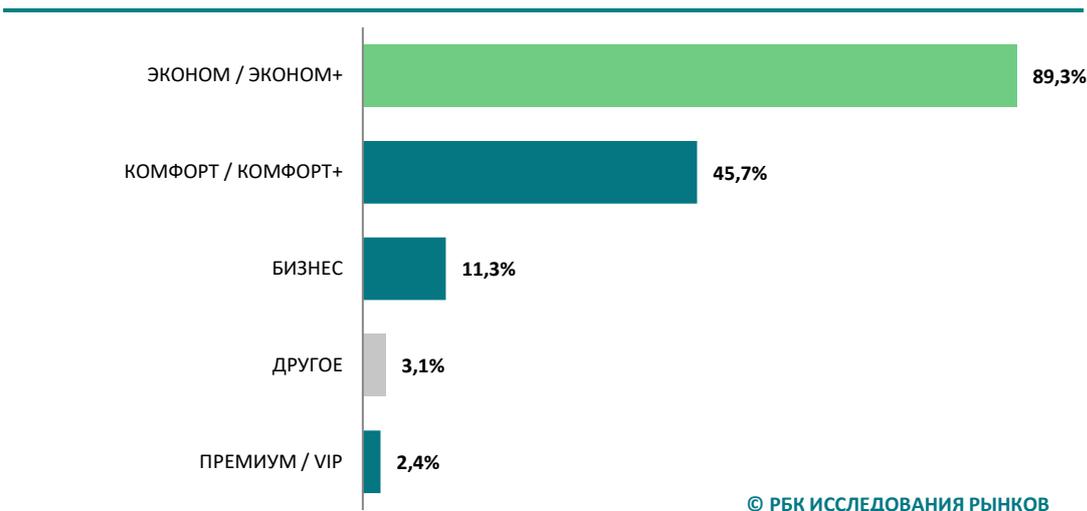
В ходе исследования респондентам задавался вопрос, услугами такси каких классов они пользовались за последний год. По результатам опроса можно сделать вывод о том, что наиболее популярным среди пользователей такси является класс «эконом / эконом+». 9 опрошенных пользователей такси из 10 хотя бы раз за последний год заказывали такси эконом-класса. Данная практика является распространенным явлением, поскольку даже в эконом-сегменте клиент получает все основные преимущества такси как средства передвижения: возможность доехать до конкретного места, отсутствие других, незнакомых пассажиров и т.д. В связи с этим многие потребители не готовы переплачивать за относительно небольшое улучшение условий, основным из которых при переходе к классу «комфорт» выступает изменение марок машин и более просторный салон. Кроме того, у некоторых агрегаторов такси в данных классах практически не отличается друг от друга: одни и те же стандарты поведения водителя, пересекающиеся марки машин и т.д. При этом одним из поводов воспользоваться такси класса «комфорт» зачастую выступает высокий спрос на эконом-сегмент, когда стоимость последнего приближается к классу повышенной комфортности. Вместе с тем, существуют и лояльные клиенты такси класса «комфорт». Всего данный сегмент в течение последнего года выбирали около 46% опрошенных.

Принципиально отличается от двух ранее описанных классов премиальный сегмент, включающий бизнес- и премиум-классы. В автомобилях бизнес-класса в течение последнего года ездили порядка 11% респондентов, а в «премиуме» – лишь 2,4%. В данных сегментах принципиально другой парк автомобилей и стандарты обслуживания со стороны водителя, что заметно сказывается на стоимости поездок. В связи с этим премиальными такси пользуются в основном деловые, состоятельные россияне, для которых важным является высокий уровень обслуживания и комфорта, а также статус. Однако класс «премиум/VIP» заметно уступает «бизнесу» по доле клиентов. В связи с этим можно сделать вывод, что целевая аудитория премиального сегмента в большинстве своем не готова переплачивать за марку автомобиля при относительно схожем уровне сервиса.

К варианту ответа «Другое» в данном случае могли относиться тарифы «Минивэн», «Детский», «Трезвый водитель», а также вариант «Затрудняюсь ответить» или «Не помню».



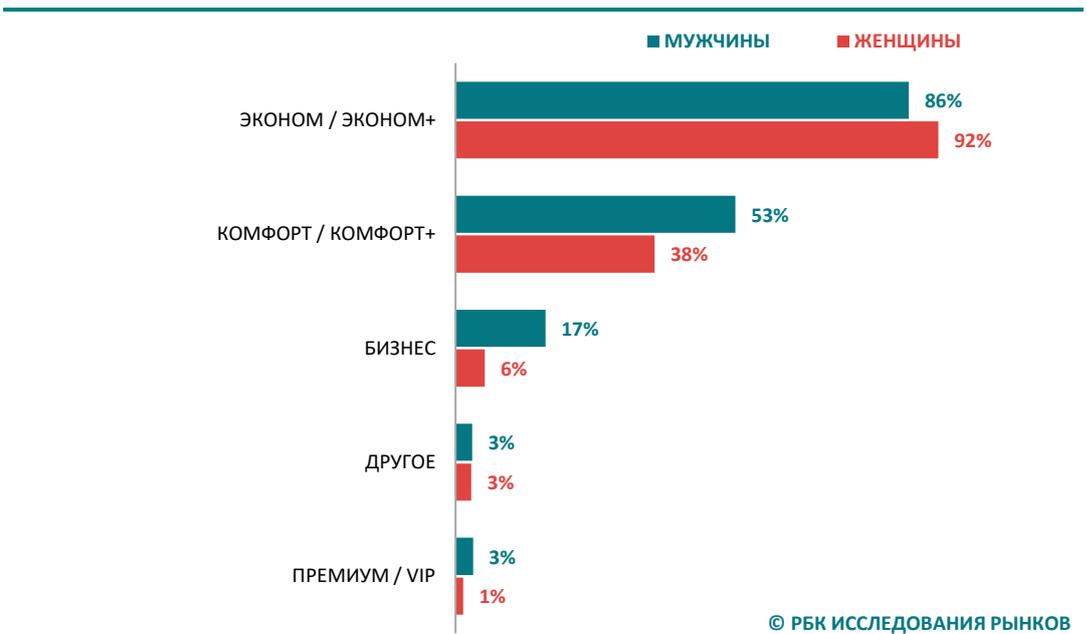
Рис. 5. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Востребованность эконом-сегмента схожа среди респондентов разного пола. Однако в классе «комфорт / комфорт+» больше представителей сильного пола. Комфорт-сегмент более популярен у мужчин в связи с тем, что женщины более рационально подходят к вопросу заказа такси, отдавая предпочтение эконом-классу, ссылаясь на незначительные различия между вышеуказанными сегментами. Отдельно хочется отметить внушительную разницу в бизнес-классе между мужчинами и женщинами. Среди первых чаще встречаются представители деловой среды, что по роду своей деятельности подразумевает различные разъезды на встречи, выставки, командировки и пр. Чтобы подчеркнуть свой статус, топ-менеджеры, директора и владельцы бизнеса зачастую передвигаются на такси бизнес-класса и выше.

Рис. 6. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего пола



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Как правило, самые юные респонденты выбирают такси «эконом», так как это наиболее доступный сегмент для молодых людей, которые часто еще не имеют собствен-

ного дохода и готовы легко отказаться от дополнительного сервиса, если это увеличивает стоимость поездки. При этом все рассматриваемые классы такси оказываются наиболее востребованными среди опрошенных в возрасте 25-34 лет. В условиях мегаполиса современная молодежь зачастую отказывается от приобретения собственного автомобиля в силу трудностей, с которыми сопряжено перемещение на личном транспортном средстве: пробки, платные парковки, траты на бензин и обслуживание автомобиля и т.д. К слову, чтобы хоть как-то разгрузить столичные дороги, правительство Москвы принимает серьезные меры по развитию общественного транспорта: появляются новые автобусные маршруты, открываются новые станции метрополитена, развивается система аренды велосипедов и т.д. В связи с этим современная молодежь часто находит больше положительных сторон в поездках на метро, а при необходимости доехать на автомобиле вызывает такси. Респонденты этой возрастной категории уже имеют личный стабильный заработок и могут позволить себе иногда передвигаться на такси, учитывая, что многие агрегаторы перешли на фиксированную стоимость, что делает систему довольно прозрачной, а приложение упрощает пользование услугами такси.

Более взрослые респонденты, как правило, либо уже обзавелись личными автомобилями, либо привыкли пользоваться общественным транспортом и не имеют частой потребности в передвижении на такси. Наименее активными пользователями оказались респонденты самой старшей группы 55+.

Табл. 1. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего возраста, лет

	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
ЭКОНОМ / ЭКОНОМ+	92,9%	90,8%	88,8%	87,6%	89,3%
КОМФОРТ / КОМФОРТ+	43,4%	54,8%	51,3%	47,1%	28,9%
БИЗНЕС	11,5%	16,1%	13,6%	10,1%	5,1%
ДРУГОЕ	2,7%	3,5%	3,0%	3,2%	2,9%
ПРЕМИУМ / VIP	3,5%	3,7%	3,0%	1,4%	1,3%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

Пользователи такси, чей среднемесячный доход составляет более 200 тысяч рублей, чаще остальных пользуются премиальными такси, так как именно данная группа располагает доходами и может позволить себе комфортную поездку, не прибегая к использованию личного автомобиля. Опрошенные с доходом 21-75 тысяч рублей, в свою очередь, чаще пользуются сегментом «эконом / эконом +».

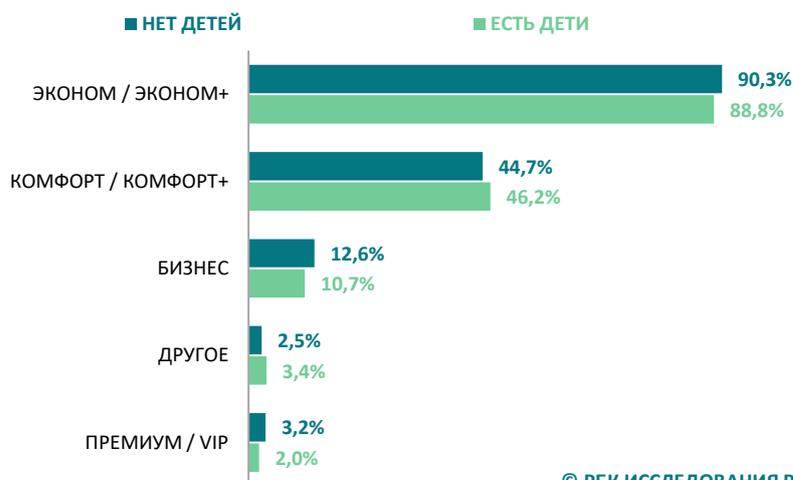
Табл. 2. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси с соответствующим личным среднемесячным доходом, ₽ тыс.

	ДО 20	21-40	41-75	76-125	126-200	БОЛЕЕ 200
ЭКОНОМ / ЭКОНОМ+	93,8%	94,5%	94,2%	88,2%	83,8%	73,3%
КОМФОРТ / КОМФОРТ+	19,1%	25,9%	38,4%	58,1%	62,8%	73,1%
БИЗНЕС	0,4%	1,9%	5,8%	12,5%	18,8%	37,6%
ДРУГОЕ	5,3%	3,4%	2,3%	1,9%	2,3%	4,1%
ПРЕМИУМ / VIP	0,4%	0,7%	0,9%	1,9%	4,1%	9,5%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

Показатели тех респондентов, у кого есть дети и у кого их нет, практически совпадают. Это говорит об отсутствии влияния фактора наличия детей на популярность тех или иных сегментов такси.

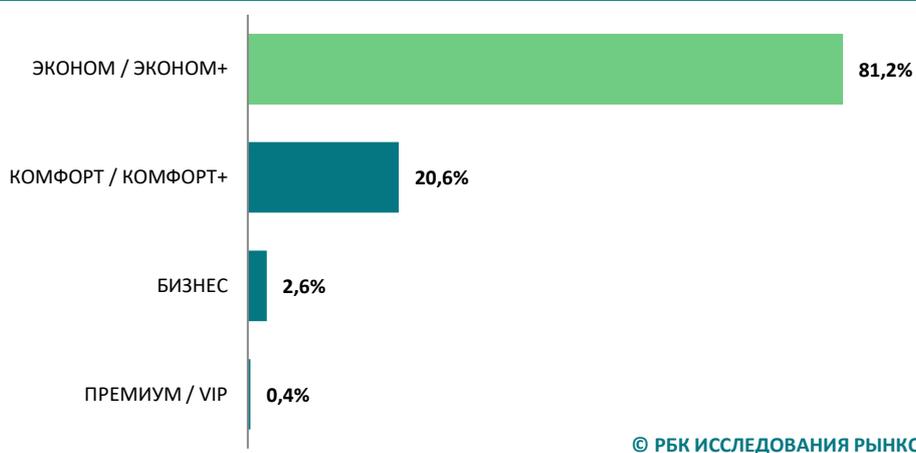
Рис. 7. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси в зависимости от наличия/отсутствия детей



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

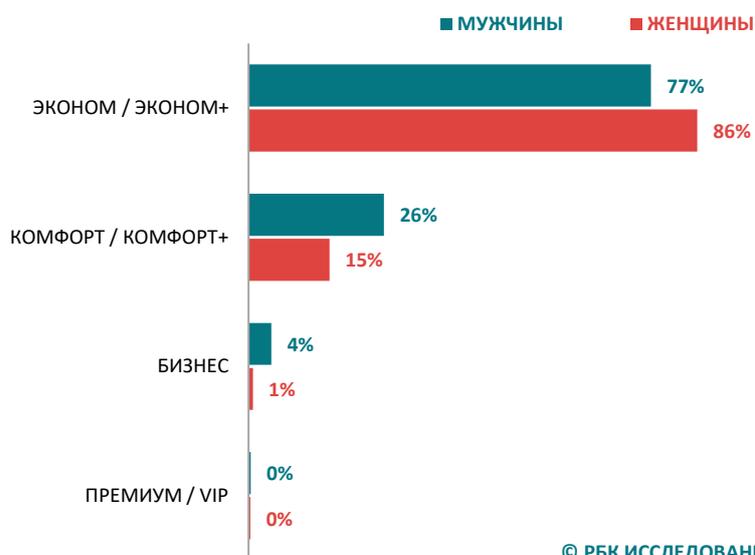
Также респондентам задавался вопрос, какими классами такси они чаще всего пользовались за последний год. Доля пользователей эконом-класса изменилась незначительно, а проценты клиентов остальных рассматриваемых сегментов упали в несколько раз, что говорит об эпизодическом характере использования данных классов большинством опрошенных россиян. «Эконом», в свою очередь, чаще всего используют более 80% клиентов такси.

Рис. 8. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 9. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего пола



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Женщины также чаще пользуются эконом-классом, в то время как мужчины предпочитают передвигаться на такси комфорт- и бизнес-сегмента.

Возрастные группы 25-34 и 35-44 чаще остальных пользуются классом «комфорт» и «комфорт+». Предполагается, что среди пользователи этой возрастной группы, которая является наиболее экономически активной, выше доля тех, кто может позволить себе ездить в автомобилях повышенной комфортности на постоянной основе. Опрошенные предпенсионного и пенсионного возраста если и выбирают такси в качестве средства передвижения, то чаще в сегменте «эконом».

Табл. 3. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего возраста, лет

	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
ЭКОНОМ / ЭКОНОМ+	85,0%	78,8%	81,0%	80,3%	84,1%
КОМФОРТ / КОМФОРТ+	16,8%	24,2%	24,1%	21,1%	13,2%
БИЗНЕС	3,5%	3,1%	2,8%	2,5%	1,6%
ПРЕМИУМ / VIP	0,0%	0,5%	0,3%	0,2%	0,5%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

Выбор класса такси в качестве постоянного при перемещении напрямую зависит от дохода опрошенных: с увеличением благосостояния респондентов сокращается доля пользователей эконом-сегмента и растет количество клиентов такси повышенной комфортности, а также премиального сегмента.

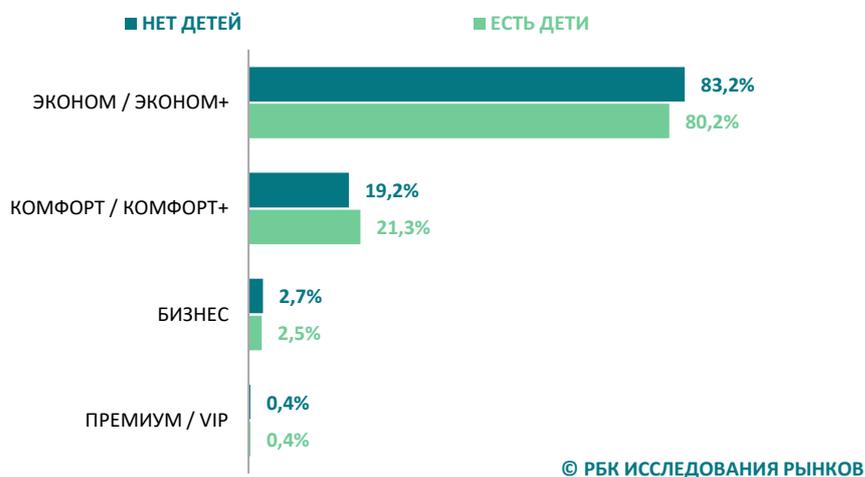
Табл. 4. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси с соответствующим личным среднемесячным доходом, ₴ тыс.

	ДО 20	21-40	41-75	76-125	126-200	БОЛЕЕ 200
ЭКОНОМ / ЭКОНОМ+	92,0%	92,1%	87,6%	78,6%	73,3%	54,3%
КОМФОРТ / КОМФОРТ+	5,8%	7,7%	14,4%	25,6%	33,5%	43,0%
БИЗНЕС	0,0%	0,5%	1,1%	2,4%	1,9%	13,1%

	ДО 20	21-40	41-75	76-125	126-200	БОЛЕЕ 200
ПРЕМИУМ / VIP	0,4%	0,2%	0,0%	0,2%	0,4%	1,4%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

Рис. 10. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси в зависимости от наличия/отсутствия детей



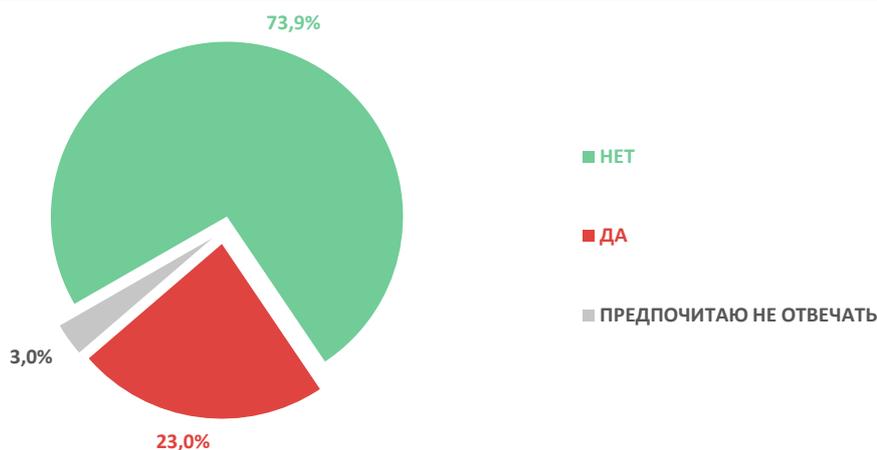
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Конфликтные ситуации с водителями такси

В рамках пользования услугами такси зачастую случаются конфликтные ситуации. Обусловлены они всегда рядом разнообразных факторов. К примеру, дорога является одним из источников стресса и зачастую водители такси в таких условиях допускают появление неблагоприятных ситуаций. Кроме того, могут вмешаться факторы внешней среды, будь то ведущие себя некорректно участники дорожного движения или пассажир, который в ходе беседы может спровоцировать водителя. В любом случае, конфликты развиваются очень быстро, а цена их бывает высокой.

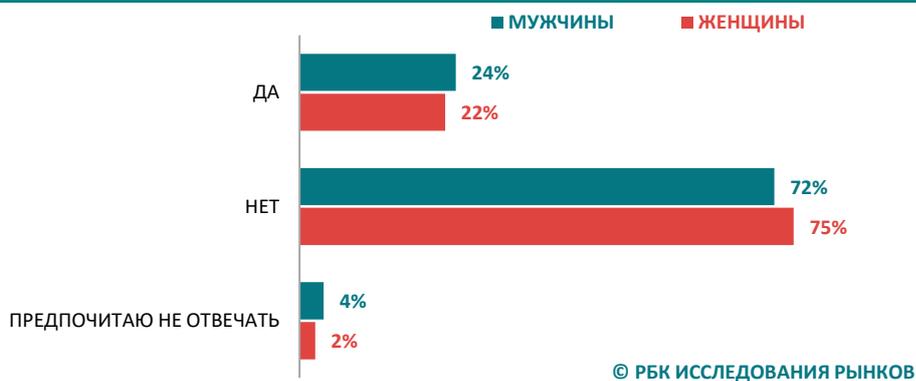
По результатам социологического опроса, проведенного агентством РБК Исследования рынков, 23% опрошенных пользователей такси отмечают, что сталкивались с конфликтными ситуациями. В зависимости от пола распределение практически не изменяется – 24% мужчин и 22% женщин ответили положительно на вопрос, были ли у них конфликтные ситуации с водителями такси.

Рис. 11. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 12. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего пола



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Доля пользователей услуг такси значительно зависит от возраста респондентов. Наибольшее количество конфликтных ситуаций случается с россиянами в возрасте от 25 до 34 лет. Это может быть обусловлено тем, что относительно молодые респонденты более активны, их образ жизни быстрее, чем у представителей старших возрастных групп. Более того, они уже зачастую имеют достаточно значительный опыт пользования услугами такси, что автоматически увеличивает набор всевозможных ситуаций, происходивших с ними при обращении к услугам тех или иных сервисов такси. В свою очередь, чуть более 84% россияне в возрасте 55+ отмечают, что не сталкивались с конфликтными ситуациями с водителями такси.

Табл. 5. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего возраста, лет

	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
ДА	20,4%	30,6%	24,4%	24,2%	13,4%
НЕТ	74,3%	66,5%	73,4%	71,8%	84,1%
ПРЕДПОЧИТАЮ НЕ ОТВЕЧАТЬ	5,3%	2,9%	2,2%	4,1%	2,5%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

Как и в случае с возрастом, немаловажную роль играет достаток респондентов. Россияне со среднемесячными доходами до ¥75 тыс. реже сталкивались с конфликтами

в такси. Наибольшее число попадания в конфликтную ситуацию с водителем – около 35%, отмечают респонденты с доходом свыше ₽200 тыс. Это связано с тем, что состоятельные россияне более избирательны, внимательны и требовательны к деталям при пользовании услугами такси.

Табл. 6. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси с соответствующим личным среднемесячным доходом, ₽ тыс.

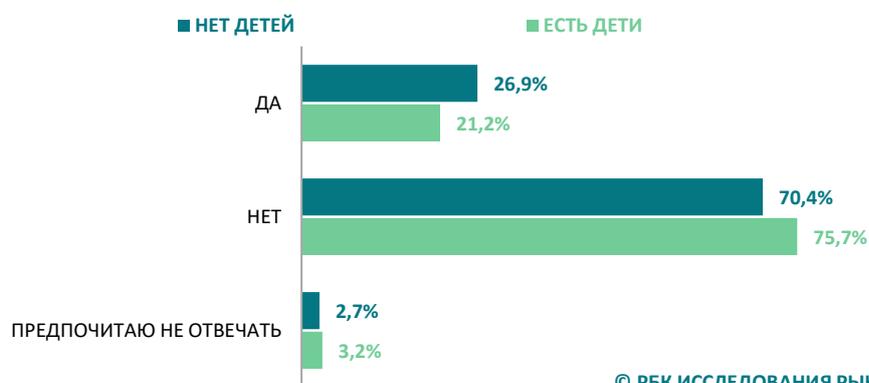
	ДО 20	21-40	41-75	76-125	126-200	БОЛЕЕ 200
ДА	14,7%	18,3%	19,4%	24,0%	26,3%	34,8%
НЕТ	82,2%	79,1%	78,5%	72,9%	70,3%	62,9%
ПРЕДПОЧИТАЮ НЕ ОТВЕЧАТЬ	3,1%	2,6%	2,1%	3,1%	3,4%	2,3%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

В зависимости от наличия или отсутствия детей доли тех, кто сталкивался с конфликтами или избегал их, схожи. Разница составляет не более 6 п.п.

Большая разница наблюдается в зависимости от тех классов такси, которыми пользовались респонденты. Так, 23% респондентов, которые пользовались услугами такси массовых классов, отмечают, что становились участниками конфликтной ситуации с водителями. Аналогичный показатель среди пользователей премиум-сегмента составил около 37%. Подобное различие вызвано тем, что клиенты премиального сегмента привыкли к высокому уровню сервиса и при невыполнении каких-либо стандартов качества готовы сообщить об этом водителю, особенно из эконом-класса, где уровень обслуживания оказывается несколько ниже и не включает ряд преимуществ, которые есть в более высоких сегментах.

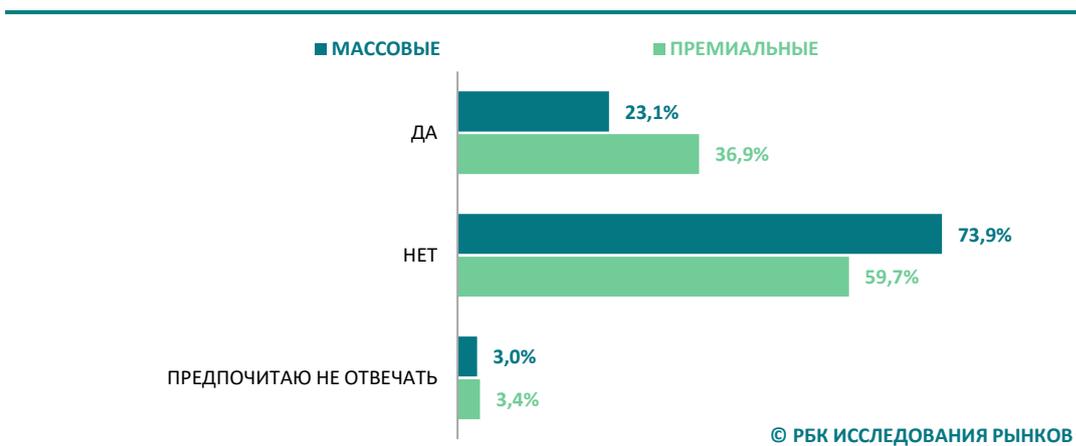
Рис. 13. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси в зависимости от наличия/отсутствия детей



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 14. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси в зависимости того, какими классами такси они пользовались за последний год



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Основные виды конфликтных ситуаций

Среди клиентов – мужчин

В рамках исследования были выявлены основные виды конфликтных ситуаций, которые впоследствии предлагались респондентам в качестве вариантов ответа. По результатам социологического опроса, самым часто встречающимся видом конфликтной ситуации среди опрошенных мужчин – пользователей такси является негативная реакция водителя или игнорирование просьбы клиента: с такой ситуацией столкнулись примерно 50% опрошенных респондентов.

На втором месте по популярности среди мужчин отмечается неуважительное общение / хамство со стороны водителя. Данная ситуация может быть вызвана недостаточным уровнем подготовки водителя к работе с клиентами в различных обстоятельствах, в том числе, когда пассажир сам инициирует конфликт, некорректно разговаривая с водителем. Обозначенный вариант ответа выбрали 39% опрошенных.

Реже мужчины сталкивались с навязчивым неформальным общением и другими ситуациями. По результатам опроса, доли респондентов, отметивших данные причины, составили 36% и 34% соответственно.

Наименее распространенный вид конфликтов, такой как некорректные замечания со стороны водителя, отмечают около 21% мужчин. Данная причина весьма субъективна, потому как для кого-то просьба закрыть окно в холодное время года может быть воспринята как некорректное замечание.

Рис. 15. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

Наиболее часто конфликтные ситуации возникали у молодых респондентов в возрасте 25 до 34 лет. Это опять-таки может быть связано с тем, что молодые москвичи уже имеют значительный опыт поездок в такси. В свою очередь, среди представителей старших возрастных групп наименьшая доля отмечает, что сталкивалась с подобными ситуациями. Показатели самых молодых опрошенных россиян нельзя оценить объективно ввиду крайне малой выборки.

Табл. 7. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин соответствующего возраста, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, лет

	18-24*	25-34	35-44	45-54	55+
НЕГАТИВНАЯ РЕАКЦИЯ / ИГНОРИРОВАНИЕ ПРОСЬБЫ КЛИЕНТА	44,4%	54,2%	52,7%	51,3%	38,1%
НЕУВАЖИТЕЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ / ХАМСТВО	55,6%	47,2%	41,8%	29,5%	33,3%
НАВЯЗЧИВОЕ НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ	55,6%	38,9%	40,7%	30,8%	23,8%
ДРУГОЕ	33,3%	34,7%	31,9%	37,2%	31,0%
НЕКОРРЕКТНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ СО СТОРОНЫ ВОДИТЕЛЯ	22,2%	19,4%	22,0%	20,5%	19,0%
ПРЕДПОЧИТАЮ НЕ ОТВЕЧАТЬ	0,0%	6,9%	5,5%	9,0%	16,7%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам. * – недостаточно данных для объективной оценки

Иная ситуация наблюдается в распределении долей респондентов, основываясь на уровне доходов. Мужчины с относительно низким среднемесячным доходом гораздо реже сталкивались с различными конфликтными ситуациями в такси. В то же время респонденты с относительно высоким уровнем дохода чаще остальных становились участниками конфликта. Так, чуть более 45% мужчин-пользователей услугами такси отмечают, что конфликты возникали на почве неуважительного общения или хамства. Примерно 44% отмечают, что сталкивались с навязчивым неформальным общением.

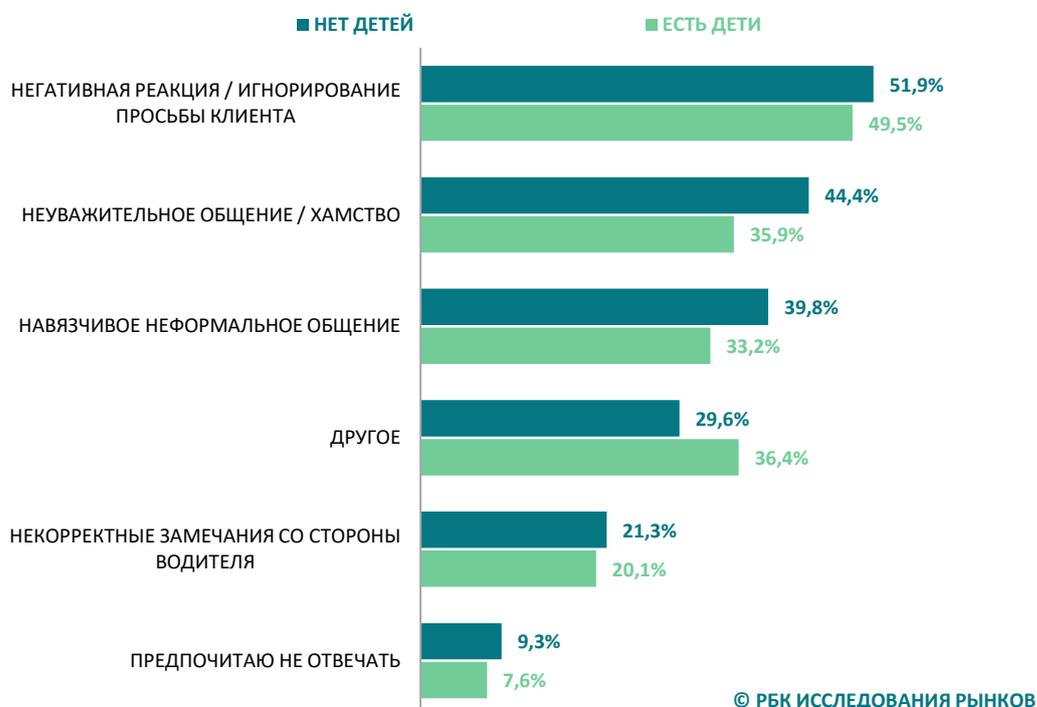
Табл. 8. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин с соответствующим личным среднемесячным доходом, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, ₽ тыс.

	ДО 20	21-40	41-75	76-125	126-200	БОЛЕЕ 200
НЕГАТИВНАЯ РЕАКЦИЯ / ИГНОРИРОВАНИЕ ПРОСЬБЫ КЛИЕНТА	50,0%	33,3%	63,9%	54,9%	36,0%	50,0%
НЕУВАЖИТЕЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ / ХАМСТВО	37,5%	33,3%	33,3%	43,1%	38,0%	45,7%
НАВЯЗЧИВОЕ НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ	37,5%	8,3%	30,6%	43,1%	44,0%	37,1%
ДРУГОЕ	25,0%	25,0%	22,2%	41,2%	38,0%	35,7%
НЕКОРРЕКТНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ СО СТОРОНЫ ВОДИТЕЛЯ	25,0%	8,3%	25,0%	27,5%	10,0%	25,7%
ПРЕДПОЧИТАЮ НЕ ОТВЕЧАТЬ	0,0%	16,7%	5,6%	3,9%	14,0%	5,7%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

Хамство, а также навязчивое общение чаще встречалось у респондентов без детей вероятно в силу того, что среди них больше молодых респондентов. В прочих ситуациях (вариант «Другое»), наоборот, более высокий показатель наблюдается у респондентов, имеющих детей. Это может быть связано с тем, что поездка с детьми вызывает ряд трудностей и в определенных ситуациях водители такси не проявляют лояльности по отношению к таким пассажирам. Так, к примеру, один из участников социологического опроса выразил свое мнение по сложившейся конфликтной ситуации из жизни: «В бизнесе перестали ездить с детьми, потому что бизнес боится за машину больше, чем за ребенка».

Рис. 16. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, в зависимости от наличия/отсутствия детей

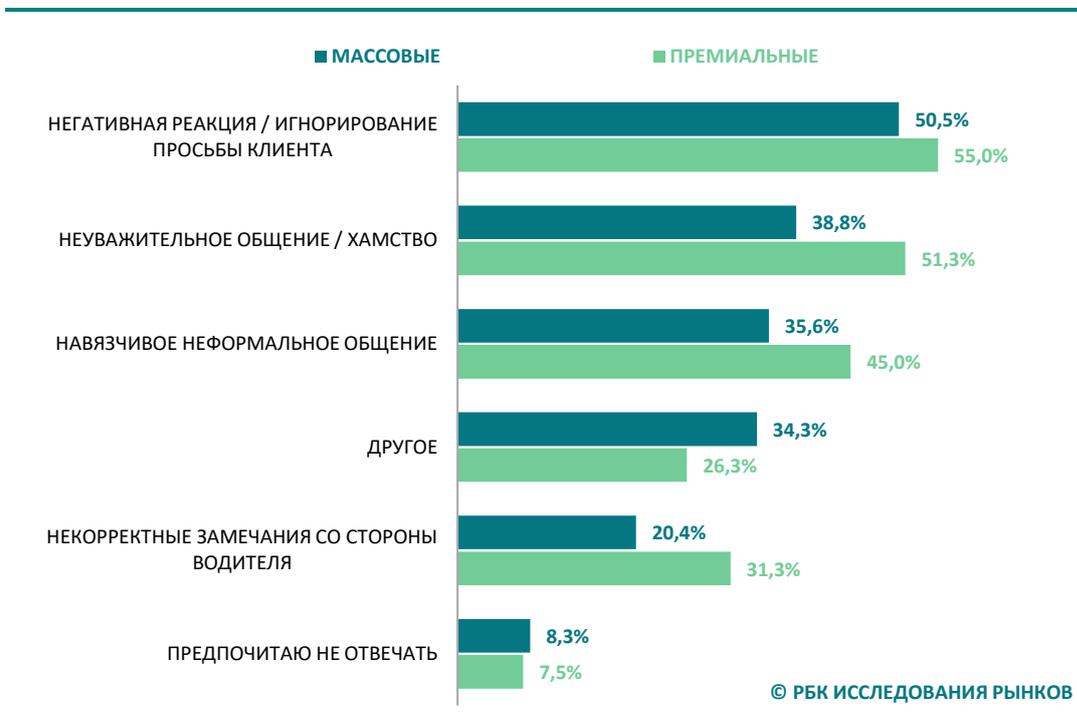


Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Пользователи такси премиальных сегментов чаще сталкивались с конфликтными ситуациями, чем пользователи массовых. Связано это может быть с тем, что стоимость услуг в такси премиум-класса гораздо выше, соответственно клиенты более требова-

тельно подходят к получению оказываемой услуги службой такси. Также стоит отметить, что более 30% респондентов-пользователей такси премиум-класса в то же время пользуются услугами массового сегмента и по всей видимости, сталкиваются с конфликтами преимущественно при совершении этих поездок.

Рис. 17. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, в зависимости от того, какими классами такси они пользовались за последний год



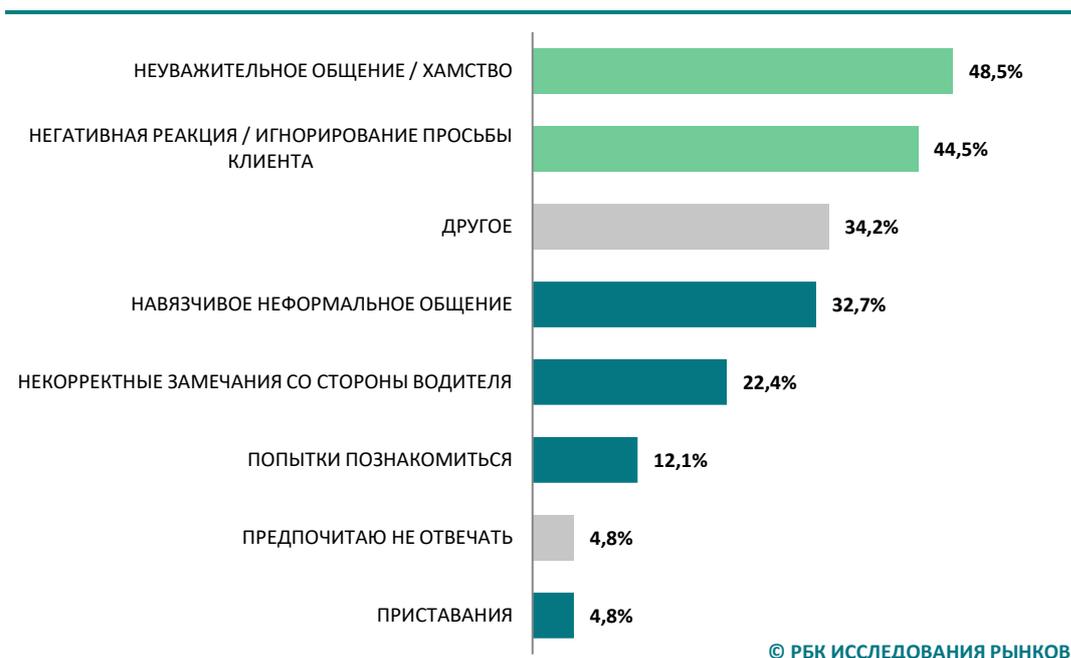
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Среди клиентов – женщин

Среди женщин наблюдается схожий рейтинг с мужчинами по самым распространенным видам конфликтных ситуаций. Преобладают ситуации с проявлением неуважительного общения / хамства и негативной реакцией / игнорированием просьбы клиента. Среди опрошенных женщин около 49% и 45% соответственно выделяют данные виды конфликтов.

В отличие от мужчин, к ответам женщин добавляются еще несколько видов конфликтных ситуаций, таких как попытки познакомиться и приставания. Примерно 12% женщин отмечают, что во время совершения поездки водители выходили за рамки оказываемых услуг и пытались познакомиться. Приставания, которые могут приравниваться к правонарушению, выделяют чуть менее 5% респондентов.

Рис. 18. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиентки-женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

С большинством видов конфликтных ситуаций чаще сталкиваются молодые женщины. Около 65% респонденток в возрасте от 25 до 34 лет сталкивались с неуважительным общением / хамством (самые молодые опрошенные в возрасте 18-24 лет также имеют достаточно высокие показатели, однако оценить объективно их доли в силу недостаточно большой выборки невозможно). Вызвано это может быть тем, что водители зачастую не воспринимают молодых девушек всерьез, позволяют себе общаться с ними без соблюдения дистанции и такта. Относительно взрослые женщины в меньшей степени сталкиваются с конфликтными ситуациями, за исключением других видов конфликтов.

Табл. 9. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиентки-женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин соответствующего возраста, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, лет

	18-24*	25-34	35-44	45-54	55+
НЕУВАЖИТЕЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ / ХАМСТВО	71,4%	65,3%	48,6%	29,3%	24,2%
НЕГАТИВНАЯ РЕАКЦИЯ / ИГНОРИРОВАНИЕ ПРОСЬБЫ КЛИЕНТА	57,1%	49,5%	44,4%	34,5%	42,4%
ДРУГОЕ	21,4%	23,2%	37,5%	46,6%	42,4%
НАВЯЗЧИВОЕ НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ	35,7%	38,9%	29,2%	25,9%	33,3%
НЕКОРРЕКТНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ СО СТОРОНЫ ВОДИТЕЛЯ	35,7%	25,3%	13,9%	27,6%	18,2%
ПОПЫТКИ ПОЗНАКОМИТЬСЯ	21,4%	17,9%	9,7%	8,6%	3,0%
ПРИСТАВАНИЯ	7,1%	9,5%	2,8%	1,7%	0,0%
ПРЕДПОЧИТАЮ НЕ ОТВЕЧАТЬ	0,0%	2,1%	6,9%	5,2%	9,1%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам. * – недостаточно данных для объективной оценки

С точки зрения уровня доходов респондентов нет четкой зависимости. С неуважительным общением / хамством и навязчивым неформальным общением сталкивались чаще женщины с относительно высоким ежемесячным доходом. Женщины, до-

ходы которых составляют от ₹76 до ₹125 тыс., гораздо чаще сталкивались с приставаниями и попытками познакомиться. Около 10% и 20% респонденток отметили данные виды конфликтов. Среди женщин с самым маленьким среднемесячным доходом самый популярный вид конфликтов – негативная реакция / игнорирование просьбы клиента.

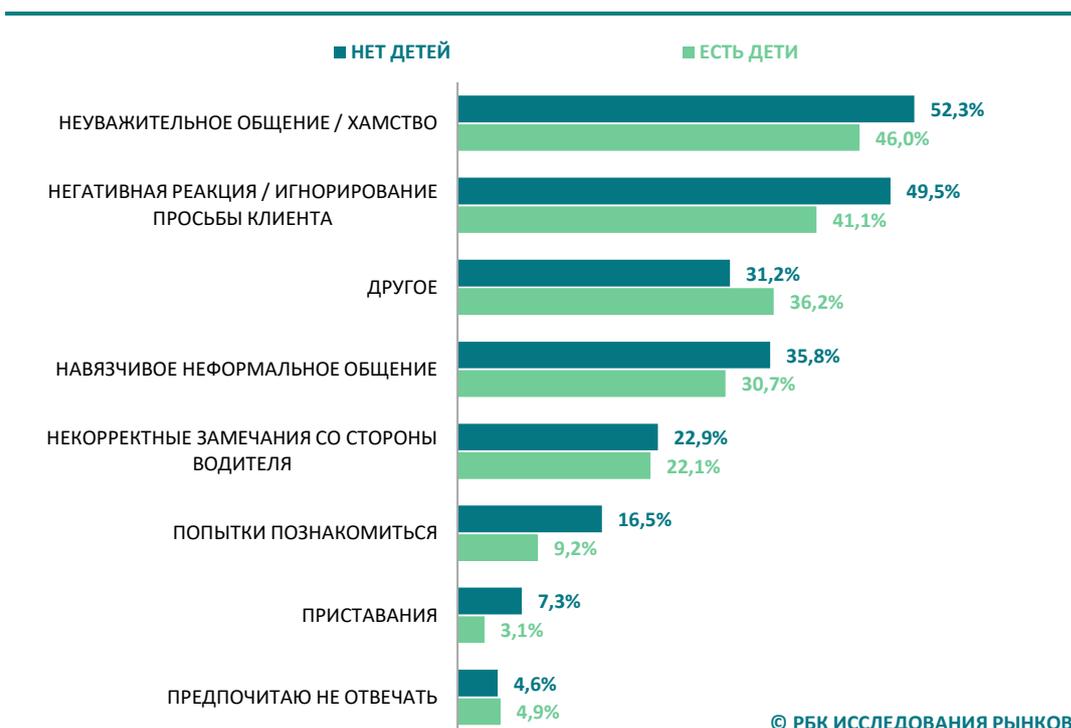
Табл. 10. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиентки-женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин с соответствующим личным среднемесячным доходом, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, ₹ тыс.

	ДО 20	21-40	41-75	76-125	126-200	БОЛЕЕ 200*
НЕУВАЖИТЕЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ / ХАМСТВО	32,0%	50,0%	56,0%	49,0%	52,4%	71,4%
НЕГАТИВНАЯ РЕАКЦИЯ / ИГНОРИРОВАНИЕ ПРОСЬБЫ КЛИЕНТА	60,0%	35,9%	48,0%	39,2%	47,6%	42,9%
ДРУГОЕ	12,0%	35,9%	36,0%	33,3%	33,3%	28,6%
НАВЯЗЧИВОЕ НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ	32,0%	31,3%	28,0%	33,3%	52,4%	42,9%
НЕКОРРЕКТНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ СО СТОРОНЫ ВОДИТЕЛЯ	16,0%	23,4%	25,3%	19,6%	19,0%	14,3%
ПОПЫТКИ ПОЗНАКОМИТЬСЯ	12,0%	7,8%	13,3%	19,6%	4,8%	14,3%
ПРИСТАВАНИЯ	4,0%	4,7%	4,0%	9,8%	4,8%	0,0%
ПРЕДПОЧИТАЮ НЕ ОТВЕЧАТЬ	8,0%	4,7%	2,7%	7,8%	0,0%	14,3%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам. * – недостаточно данных для объективной оценки

Опрошенные женщины, у которых нет детей, несколько чаще сталкивались с конфликтными ситуациями. Это может быть связано с тем, что женщины у которых есть дети – замужем или непосредственно совершают поездки с детьми, к ним проявляется большее уважение со стороны водителей, сводятся к минимуму поводы для навязчивого неформального общения, попыток познакомиться и приставания. Исключение составляют другие виды конфликтных ситуаций.

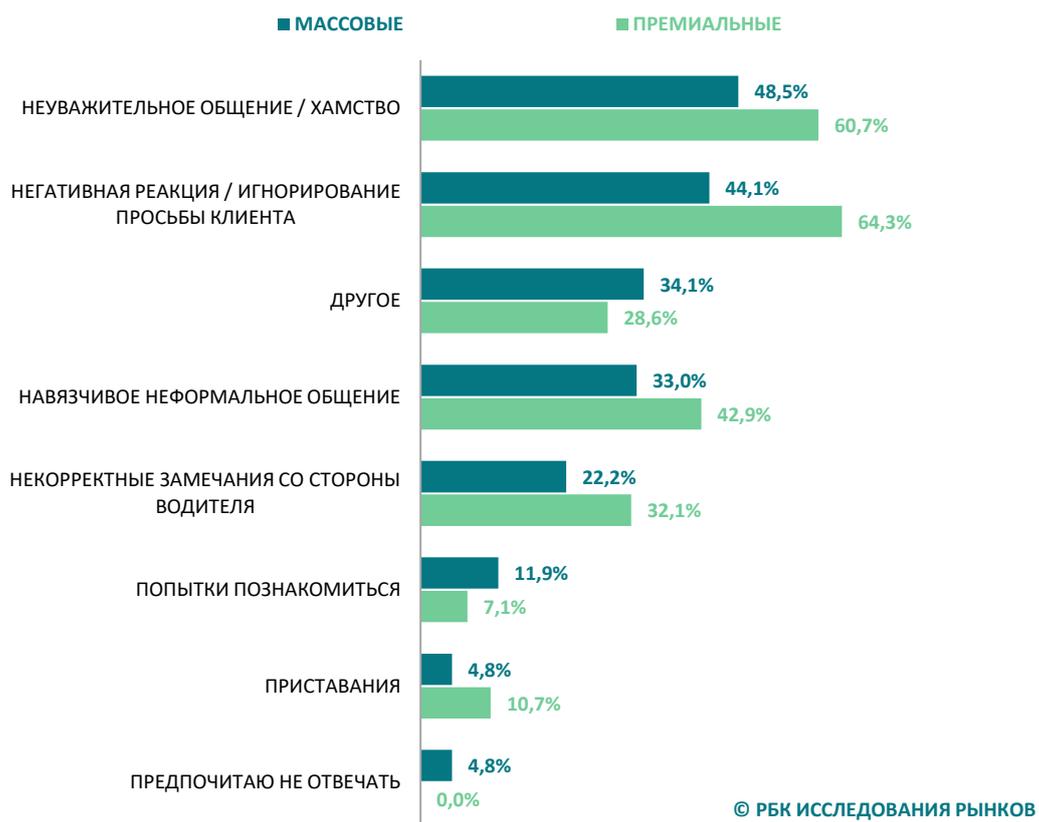
Рис. 19. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиентки-женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, в зависимости от наличия/отсутствия детей



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Как и в случае с мужчинами, женщины-пользователи услуг такси премиальных сегментов чаще сталкивались с конфликтными ситуациями. Вызвано это тем, что женщины, пользуясь более дорогим классом такси, бывают более требовательными к получаемой услуге, даже если она оказывается в эконом-сегменте. Стоит отметить, что более 30% респонденток-клиентов такси премиум-класса, в то же время пользуются услугами массового сегмента.

Рис. 20. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиентки-женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, в зависимости от того, какими классами такси они пользовались за последний год



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Прочие виды конфликтных ситуаций

По результатам социологического опроса, проведенного агентством РБК Исследования рынков в 2019 году, среди конфликтных ситуаций респонденты зачастую выбирали вариант «другое». В рамках анкеты предлагалось описать, с чем именно они сталкивались. Среди множества комментариев респондентов определилось семь групп, к которым тем или иным образом относились их ответы.

Самым популярным видом конфликтных ситуаций оказались махинации, в том числе с целью увеличения стоимости поездки. Около 27% респондентов отметили данную ситуацию. Другими, не менее популярными видами конфликтов стали незнание города / неправильная подача и отказ от поездки / просьба отменить поездку. Доля выбравших каждый из обозначенных ответов составила около 25%.

Рис. 21. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

В зависимости от пола по некоторым видам других конфликтов видны значительные различия. Так, незнание города / неправильную подачу отмечают 19% мужчин и 31% женщин. Такое отличие может характеризоваться тем, что водители такси зачастую не слушают женщин по поводу выбора оптимального маршрута. Так, одна из участниц опроса отметила, что водитель: «Не согласился с замечанием – неправильно выбрал маршрут, высадил не там, где нужно». Подобное может касаться и рекомендаций клиентов по уточнению места подачи такси, которые достаточно часто игнорируются водителями.

Еще один распространенный вид конфликта касается отказа от поездки / просьбы отменить поездку. Данный вид конфликта обусловлен, в основном, несогласием водителя с фиксированной стоимостью поездки и расстоянием. Так, один из респондентов отметил, что, пользуясь услугами такси, сталкивается с подобной ситуацией: «Водитель просит отменить заказ, если видит, что ехать далеко, а стоимость не устраивает». По результатам исследования, около 29% респондентов-мужчин сталкиваются с данным видом конфликта. В свою очередь, лишь 19% женщин отмечают подобные ситуации.

Рис. 22. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего пола, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Среди самых взрослых респондентов наиболее распространенным видом конфликтов являются махинации. Так, около 33% респондентов, представителей возрастной группы 55+, отмечают, что сталкивались с такими ситуациями. Зачастую суть конфликтов заключается в том, что водители начинают поездку до посадки клиента, либо завершают ее уже после того, как клиент вышел из такси. Также это может происходить в более масштабном формате, как отмечала в опросе одна из респонденток: «Водитель взял заказ, но не приехал, при этом включил счетчик».

Также представители старших возрастных групп чаще отмечают несвязанные с поездкой действия водителя, нецензурную лексику, посторонние запахи. Это может быть связано с тем, что данная возрастная группа более опытная, обращает внимание на детали и в большей степени беспокоится о своей безопасности.

Среди респондентов из относительно молодой возрастной группы примерно 19% отмечают аварийно-опасное поведение на дороге. Так один из респондентов прокомментировал свой ответ: «Это самые худшие водители на дороге. Нарушают все правила и неуважительно относятся к другим участникам движения! Опасно водят и постоянно провоцируют своими действиями аварийные ситуации. Им плевать на все правила, на жизнь пассажиров, пешеходов, других водителей и свою тоже!». Также молодым пассажирам водители чаще предлагают отменить поездку, по всей видимости, надеясь на более легкое отношение молодежи к обману агрегатора и оплате поездки «в карман».

Табл. 11. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего возраста, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси, лет

	25-34	35-44	45-54	55+
МАХИНАЦИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ С ЦЕЛЬЮ УВЕЛИЧЕНИЯ СТОИМОСТИ ПОЕЗДКИ	25,5%	26,8%	28,6%	33,3%
НЕЗНАНИЕ ГОРОДА / НЕПРАВИЛЬНАЯ ПОДАЧА	12,8%	28,6%	30,4%	29,6%
ОТКАЗ ОТ ПОЕЗДКИ / ПРОСЬБЫ ОТМЕНИТЬ ПОЕЗДКУ	36,2%	26,8%	17,9%	3,7%

	25-34	35-44	45-54	55+
АВАРИЙНО-ОПАСНОЕ ПОВЕДЕНИЕ НА ДОРОГЕ	19,1%	17,9%	16,1%	11,1%
НЕСВЯЗАННЫЕ С ПОЕЗДКОЙ ДЕЙСТВИЯ ВОДИТЕЛЯ, НЕЦЕНЗУРНАЯ ЛЕКСИКА, ПОСТОРОННИЕ ЗАПАХИ	8,5%	8,9%	21,4%	25,9%
ТРЕБОВАНИЕ ВОДИТЕЛЕМ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПЛАТЫ	2,1%	1,8%	3,6%	7,4%
ПОПЫТКИ ГРАБЕЖА, РУКОПРИКЛАДСТВО, НЕВОЗВРАТ ЗАБЫТЫХ ВЕЩЕЙ	6,4%	3,6%	1,8%	0,0%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

В зависимости от размера ежемесячного дохода, практически в каждой группе выделяются лидеры по столкновению с определенными видами конфликтных ситуаций. Респонденты со средним размером дохода от ¥41 до ¥75 тыс. чаще других возрастных групп сталкивались махинациями, в том числе с целью увеличения стоимости поездки. Доля таких респондентов составила примерно 43%.

Нецензурная лексика и несвязанные с поездкой действия водителей реже встречали респонденты с высоким доходом. Стоит предположить, что они активнее пользуются классами повышенной комфортности, где водители проходят заметно более серьезную и основательную подготовку перед началом работы и в подавляющем большинстве случаев не могут себе позволить посторонних разговоров и действий, а, тем более, нецензурную лексику. При этом именно в данной группе доля тех, кому водители предложили отменить поездку, оказывается самой высокой. Стоит предположить, что причина кроется в более значительной стоимости поездок в премиальном сегменте.

Табл. 12. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси с соответствующим личным среднемесячным доходом, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси, ¥ тыс.

	21-40	41-75	76-125	126-200	БОЛЕЕ 200
МАХИНАЦИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ С ЦЕЛЬЮ УВЕЛИЧЕНИЯ СТОИМОСТИ ПОЕЗДКИ	19,2%	42,9%	28,9%	30,8%	7,4%
НЕЗНАНИЕ ГОРОДА / НЕПРАВИЛЬНАЯ ПОДАЧА	38,5%	31,4%	18,4%	19,2%	25,9%
ОТКАЗ ОТ ПОЕЗДКИ / ПРОСЬБЫ ОТМЕНИТЬ ПОЕЗДКУ	11,5%	22,9%	18,4%	34,6%	40,7%
АВАРИЙНО-ОПАСНОЕ ПОВЕДЕНИЕ НА ДОРОГЕ	11,5%	0,0%	28,9%	3,8%	22,2%
НЕСВЯЗАННЫЕ С ПОЕЗДКОЙ ДЕЙСТВИЯ ВОДИТЕЛЯ, НЕЦЕНЗУРНАЯ ЛЕКСИКА, ПОСТОРОННИЕ ЗАПАХИ	11,5%	17,1%	18,4%	3,8%	7,4%
ТРЕБОВАНИЕ ВОДИТЕЛЕМ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПЛАТЫ	15,4%	0,0%	2,6%	3,8%	0,0%
ПОПЫТКИ ГРАБЕЖА, РУКОПРИКЛАДСТВО, НЕВОЗВРАТ ЗАБЫТЫХ ВЕЩЕЙ	7,7%	0,0%	2,6%	7,7%	0,0%

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. В таблице выделены **наибольшие** и **наименьшие** значения по некоторым строкам.

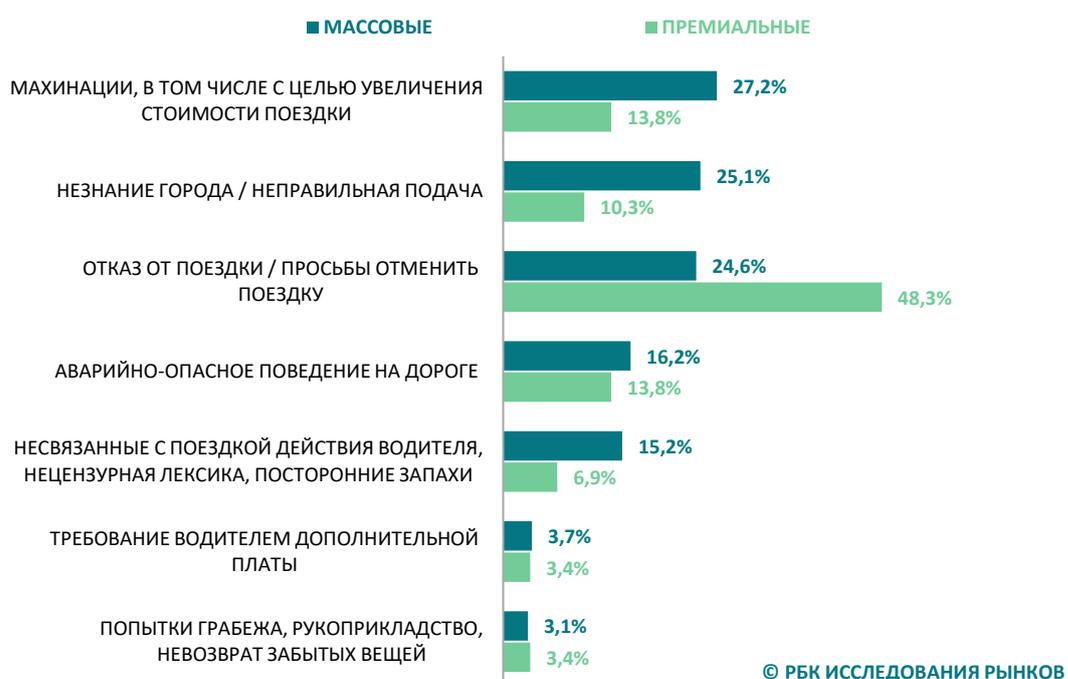
Среди респондентов, у которых есть или отсутствуют дети значительных различий не наблюдается, за исключением нескольких видов конфликтов. Махинации с целью увеличения стоимости поездки отметили около 30% тех, у кого есть дети, и около 21% тех, у кого их нет. Различие может касаться непосредственно поездок с детьми. Основываясь на ответах респондентов, зачастую водители требуют дополнительную плату в «обход» агрегатора за использование детского кресла и других приспособлений для перевозки детей. Также стоит отметить, что водители часто отказываются от поездки по причине, которую привел один из участников опроса: «В бизнесе перестали ездить с детьми, потому что бизнес боится за машину больше, чем за ребёнка. Перешли на комфорт/комфорт+ из-за этого».

Рис. 23. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси, в зависимости от наличия/отсутствия детей



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 24. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси, в зависимости от того, какими классами такси они пользовались за последний год



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

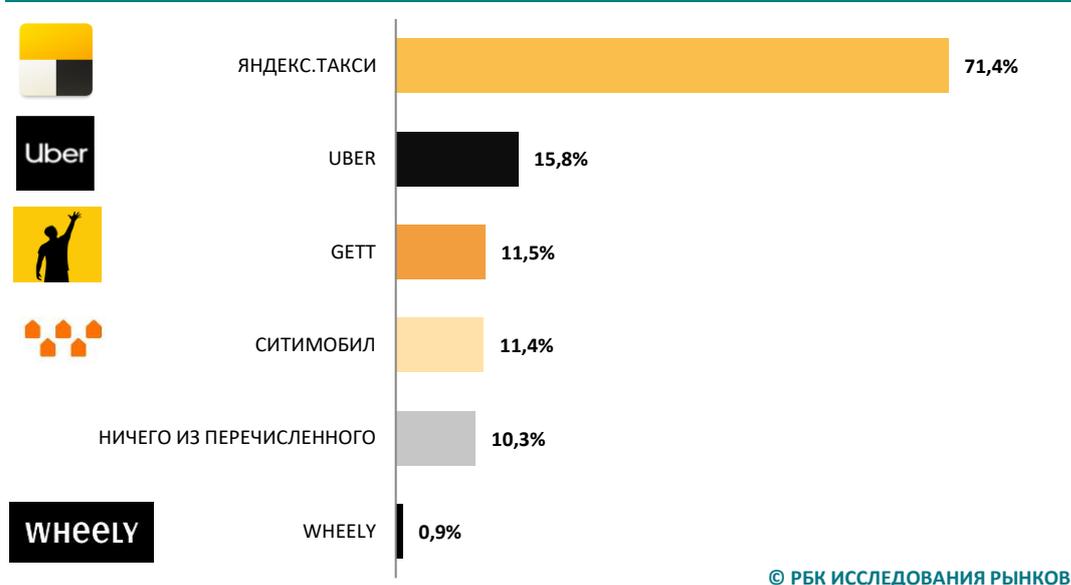
Четыре причины прочих конфликтных ситуаций из пяти, по которым наблюдаются значительные различия в зависимости от того, каким сегментом пользуются респонденты, гораздо чаще отмечали пользователи массовых классов такси. Дело в том, что отбор и подготовка водителей эконом-класса у некоторых агрегаторов проводится в достаточно легкой форме без особых требований, в связи с чем на работу принимаются водители, слабо знающие русский язык, не прошедшие обучение стандартам общения с клиентом и осуществления поездки в принципе и т.д. Более того, водители эконом-класса, особенно на арендованных машинах, чаще характеризуются поверхностным отношением к просьбам клиента, менее безопасной манерой вождения с целью быстрого осуществления заказа, махинациями ради увеличения стоимости поездок и т.д.

Клиенты премиального такси, в свою очередь, чаще сталкиваются с просьбами отменить заказ. Обусловлено это тем, что стоимость таких услуг гораздо выше, чем в массовом сегменте. И зачастую водители просят отменить заказ, понимая, что поездка может быть невыгодной для них из-за процента, который агрегатор забирает себе.

Агрегаторы такси, с водителями которых у пользователей случались конфликтные ситуации

По результатам исследования, среди пяти рассмотренных агрегаторов такси были выявлены компании, с водителями которых у респондентов возникали конфликтные ситуации.

Рис. 25. «У Вас были конфликтные ситуации с водителями следующих агрегаторов?», 2019 г., % от опрошенных, пользовавшихся услугами такси, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

На первом месте по количеству конфликтных ситуаций находится «Яндекс.Такси». Более 70% конфликтов, произошедших у опрошенных пользователей такси, приходятся на данного агрегатора. Вероятно, это связано с тем, что данный сервис является самым большим по количеству клиентов и автомобилей, а также известным среди москвичей. Соответственно, при такой массовости качество оказываемых услуг не всегда соответствует нормам, как и поведение некоторых клиентов. К слову, многие водители в рамках исследования «Тайный покупатель» отмечали, что среди пользователей приложения «Яндекс.Такси» выше доля неадекватных и даже «буйных» клиентов, объясняя это простотой и привычностью обращения к данному агрегатору.

Рис. 26. «У Вас были конфликтные ситуации с водителями следующих агрегаторов?», 2019 г., % от опрошенных, пользовавшихся услугами такси соответствующих агрегаторов, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

При этом, если рассматривать каждого агрегатора с точки зрения доли конфликтов, то лидером оказывается сервис Gett. Только 11,7% опрошенных клиентов Gett сталкивались с конфликтными ситуациями в рамках компании. Для сравнения, в «Яндекс. Такси» конфликтовал с водителями каждый пятый опрошенный клиент.

Из полученных результатов можно сделать вывод, что в компании Gett более тщательно подходят к отбору и обучению сотрудников, которые на выходе не только не инициируют конфликтную ситуацию, но и стараются не допустить ее возникновения.

Характеристики выборки

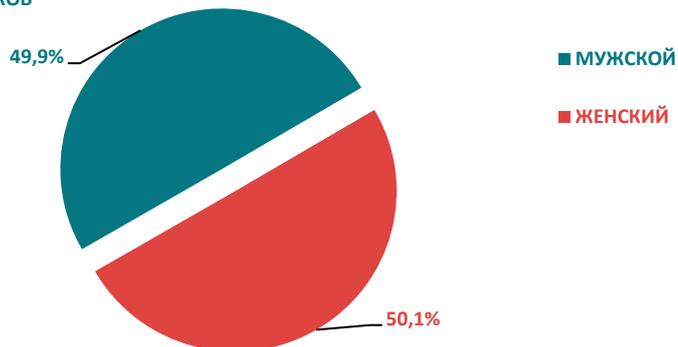
Срок проведения опроса – 8-22 апреля 2019 года

Место размещения опроса: главная страница портала РБК (rbc.ru), вторые страницы портала РБК (страницы статей и новостей)

Объем выборки: 2 444 респондента – жителей Москвы и ближнего Подмосковья.

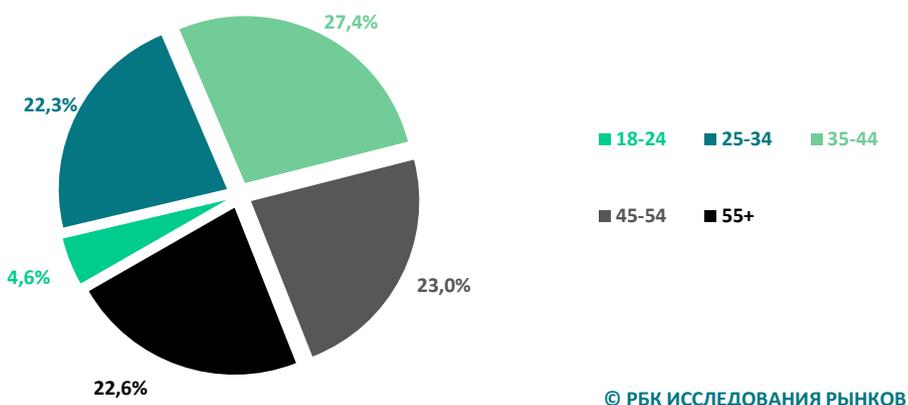
Рис. 27. Распределение респондентов в зависимости от их пола, 2019 г., % от общего количества опрошенных

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



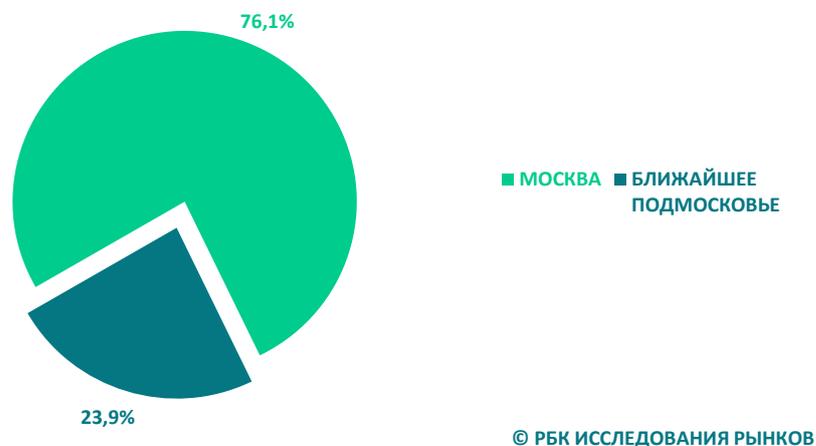
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 28. Распределение респондентов в зависимости от их возраста, 2019 г., % от общего количества опрошенных



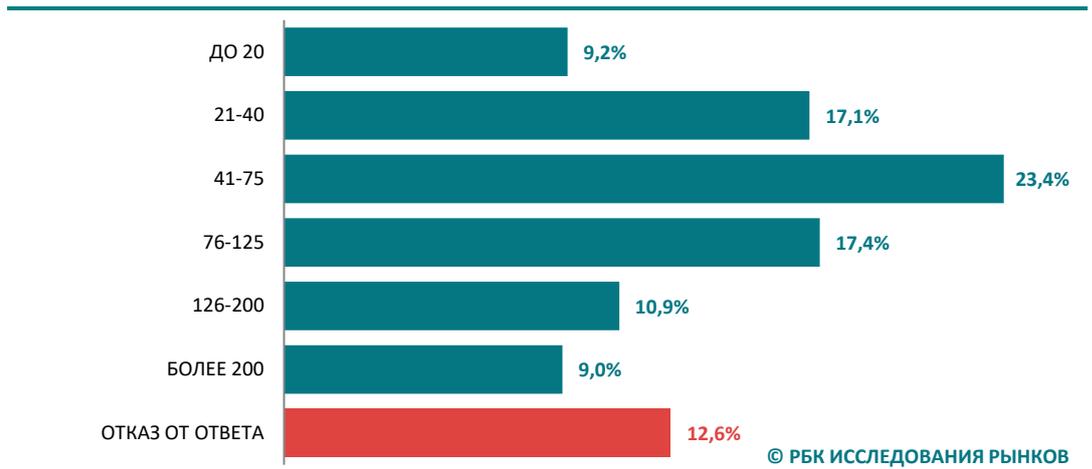
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 29. Распределение респондентов в зависимости от географии их проживания, 2019 г., % от общего количества опрошенных



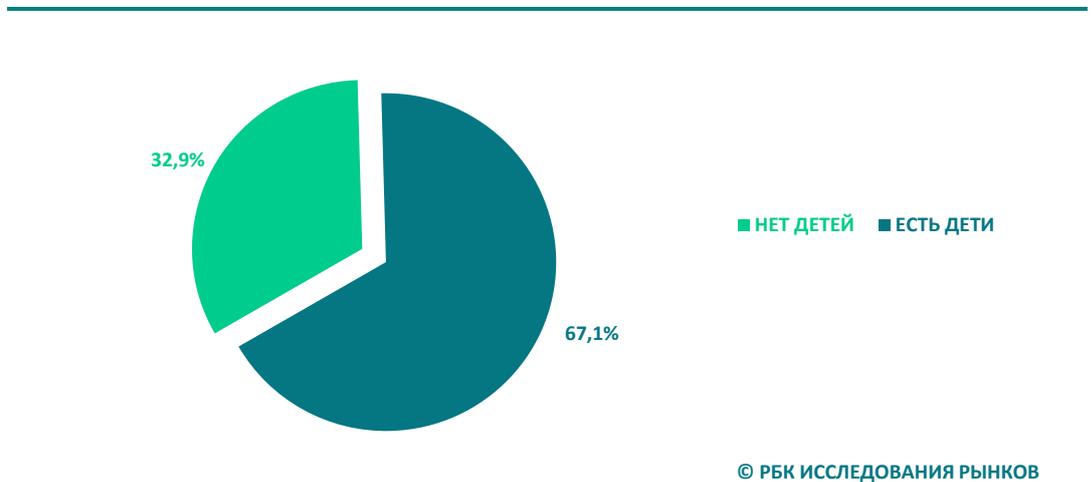
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 30. Распределение респондентов в зависимости от уровня их личного среднемесячного дохода, 2019 г., % от общего количества опрошенных



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 31. Распределение респондентов по составу семьи, 2019 г., %



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

ПРИЛОЖЕНИЯ

Определение факторов выбора такси в различных жизненных ситуациях

В рамках социологического опроса респондентам задавался вопрос о важности тех или иных критериев выбора агрегатора такси в зависимости от конкретной жизненной ситуации: «Нужно быстро добраться», «Поездка с вечеринки», «Поездка по работе», «Поездка с ребенком» и «Поездка в аэропорт / на вокзал». Факторы оценивались по шкале от 1 до 7, где 1 – совсем не важно, 7 – очень важно.

Вне зависимости от ситуации, лидирующие позиции заняли 5 характеристик, которые являются ключевыми в любом из перечисленных случаев: безопасность, быстрая и точная подача машины, низкая цена и минимальное время поездки, которое достигается за счет оптимизации маршрута. Остальные характеристики следуют в большинстве рейтингов с существенным отрывом. Очевидно, что респонденты выбирают такси, так как данное средство передвижения позволяет в комфортных условиях и относительно быстро добраться до необходимого места. При этом подобные поездки обязательно должны быть безопасными, а их стоимость – справедливой.

Факторы, связанные с максимальным сокращением времени поездки, более критичны в ситуации «Нужно быстро добраться». К ним относится быстрая и точная подача автомобиля, а также минимальное время в пути, которое достигается как за счет оптимизации маршрута, так и за счет нарушения ПДД, часто в ущерб безопасности. Данные факторы являются ключевыми и при поездках в аэропорт / на вокзал, которые также сопряжены с крайне ограниченными временными рамками. Кроме того, при поездках в аэропорт, которые являются наиболее продолжительными и дорогостоящими, особенно в условиях мегаполиса, крайне важна приемлемая цена за данную услугу.

В случае присутствия в такси ребенка растет значимость наличия детского сидения, так как по правилам дорожного движения ребенок до 7 лет в автомобиле должен находиться в детском кресле. Водителям, несоблюдающим данное правило, грозит серьезный штраф. В связи с этой особенностью в некоторых сервисах такси клиентам предлагается класс «детский», а водители зачастую имеют в машине бустер.

Рядом особенностей характеризуются и поездки с вечеринки, где более высокую значимость приобретают возможность заказа нескольких автомобилей и возможность разделить стоимость поездки. Данный результат ожидаем, поскольку предполагает перемещение компании людей.

При этом безопасность поездки по очевидным причинам крайне важна независимо от ситуации.

Табл. 13. Оценка важности факторов выбора агрегатора такси в зависимости от различных жизненных ситуаций по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г., среди опрошенных пользователей такси

	НУЖНО БЫСТРО ДОБРАТЬСЯ	ПОЕЗДКА С ВЕЧЕРИНКИ	ПОЕЗДКА ПО РАБОТЕ	ПОЕЗДКА С РЕБЕНКОМ	ПОЕЗДКА В АЭРОПОРТ / НА ВОКЗАЛ
БЫСТРАЯ ПОДАЧА МАШИНЫ	6,4	5,8	6,2	5,9	6,2
БЕЗОПАСНОСТЬ	6,4	6,4	6,3	6,3	6,5
ТОЧНОСТЬ ПОДАЧИ АВТОМОБИЛЯ	6,3	6,0	6,1	6,0	6,4
МИНИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ПОЕЗДКИ (ДОСТИГАЕТСЯ ЗА СЧЕТ ОПТИМИЗАЦИИ МАРШРУТА)	6,1	5,5	5,8	5,6	6,1
НИЗКАЯ ЦЕНА	5,5	5,5	5,3	5,2	5,7
МИНИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ПОЕЗДКИ (ДОСТИГАЕТСЯ ЗА СЧЕТ ДЕЙСТВИЙ ВОДИТЕЛЯ, В Т.Ч. НАРУШЕНИЙ ПДД)	3,9	3,4	3,7	3,3	3,9

	НУЖНО БЫСТРО ДОБРАТЬСЯ	ПОЕЗДКА С ВЕЧЕРИНКИ	ПОЕЗДКА ПО РАБОТЕ	ПОЕЗДКА С РЕБЕНКОМ	ПОЕЗДКА В АЭРОПОРТ / НА ВОКЗАЛ
ВСТРЕЧА С ТАБЛИЧКОЙ В АЭРОПОРТУ	3,0	-	-	-	3,2
НАЛИЧИЕ ДЕТСКОГО СИДЕНЬЯ	3,0	2,5	2,1	5,2	3,2
ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАКАЗА НЕСКОЛЬКИХ АВТОМОБИЛЕЙ	2,9	3,4	3,0	2,8	3,0
ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗДЕЛИТЬ СТОИМОСТЬ ПОЕЗДКИ	2,8	3,4	3,0	2,6	2,9

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Ситуация «Нужно быстро добраться»

Наиболее значимыми критериями выбора агрегатора такси в ситуации «Нужно быстро добраться» респонденты называют быструю подачу машины и безопасность – оценки каждого составили 6,4 из 7. Несмотря на то, что нарушение ПДД с целью сокращения времени поездки оказалось более востребованным условием в данной ситуации, оценка данного фактора не превысила и 4. Таким образом, клиенты такси в большинстве случаев не готовы рисковать собственным здоровьем, чтобы быстрее добраться до какого-либо места.

В зависимости от пола респондентов наблюдается заметная разница в критериях «встреча с табличкой в аэропорту», «наличие детского сидения» и «возможность разделить стоимость поездки», которые оказались более значимыми для женщин. Что касается последнего фактора, то стоит предположить, что мужчины реже придают значение вопросу оплаты проезда, тогда как женщины в поездках вместе с подругами предпочитают разделить стоимость поездки между собой. Также женщины зачастую ездят на такси вместе с детьми, что увеличивает в их глазах важность критерия наличия детского кресла в автомобиле. Данный фактор оказывается более значимым и для опрошенных в возрасте 25-44 лет, среди которых выше доля респондентов с детьми младше 12 лет. В возрасте 45-54 лет оценка падает, а в 55+ лет снова растет. В данном случае речь может идти о поездках вместе с внуками.

В разрезе по доходу наиболее заметные различия в оценках прослеживаются в характеристиках «низкая цена», «встреча с табличкой в аэропорту» и «возможность разделить стоимость поездки». Факторы, связанные с денежными тратами, по очевидным причинам менее волнуют представителей наиболее высокодоходной группы респондентов. Интересно, что с увеличением дохода сокращаются оценки по большинству характеристик, предложенных в анкете. Таким образом, состоятельные респонденты, как правило, пользуются услугами премиального такси, где заведомо выше уровень сервиса и присутствуют все необходимые аспекты для комфортной поездки.

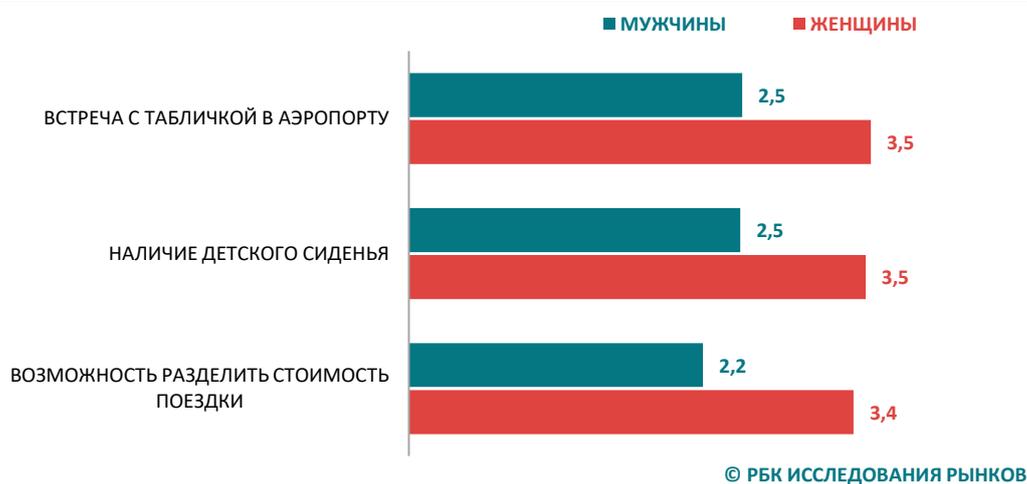
Пользование услугами того или иного агрегатора такси также накладывает некоторый отпечаток на оценки факторов выбора опрошенными. Характеристики «низкая цена» и «возможность разделить стоимость поездки» сильно теряют в значимости в случае с сервисом Wheely. Данное явление объясняется отсутствием у данного агрегатора массового сегмента (классов «эконом» и «комфорт»), что определяет его целевую аудиторию – состоятельных и деловых клиентов, не сильно чувствительных к ценовому фактору.

Рис. 32. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Нужно быстро добраться» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.



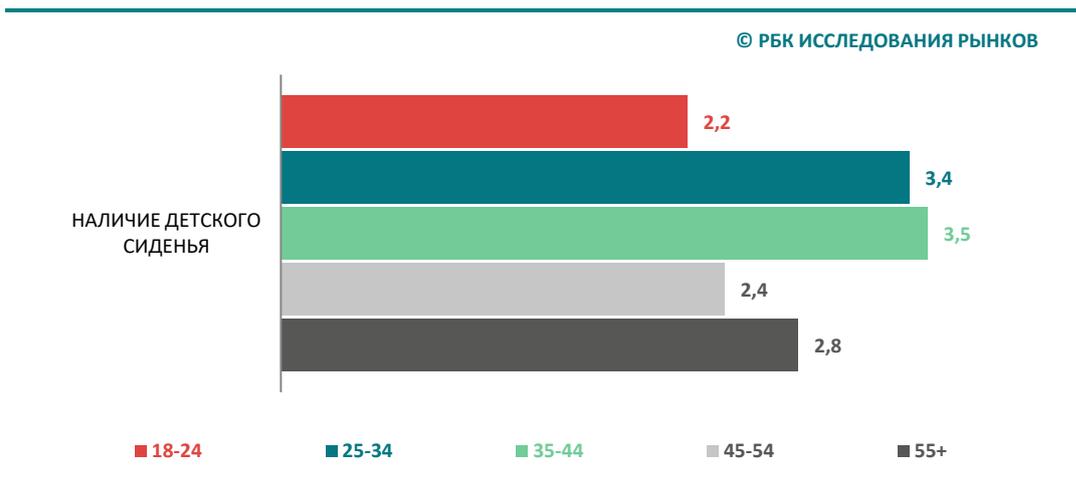
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

Рис. 33. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.



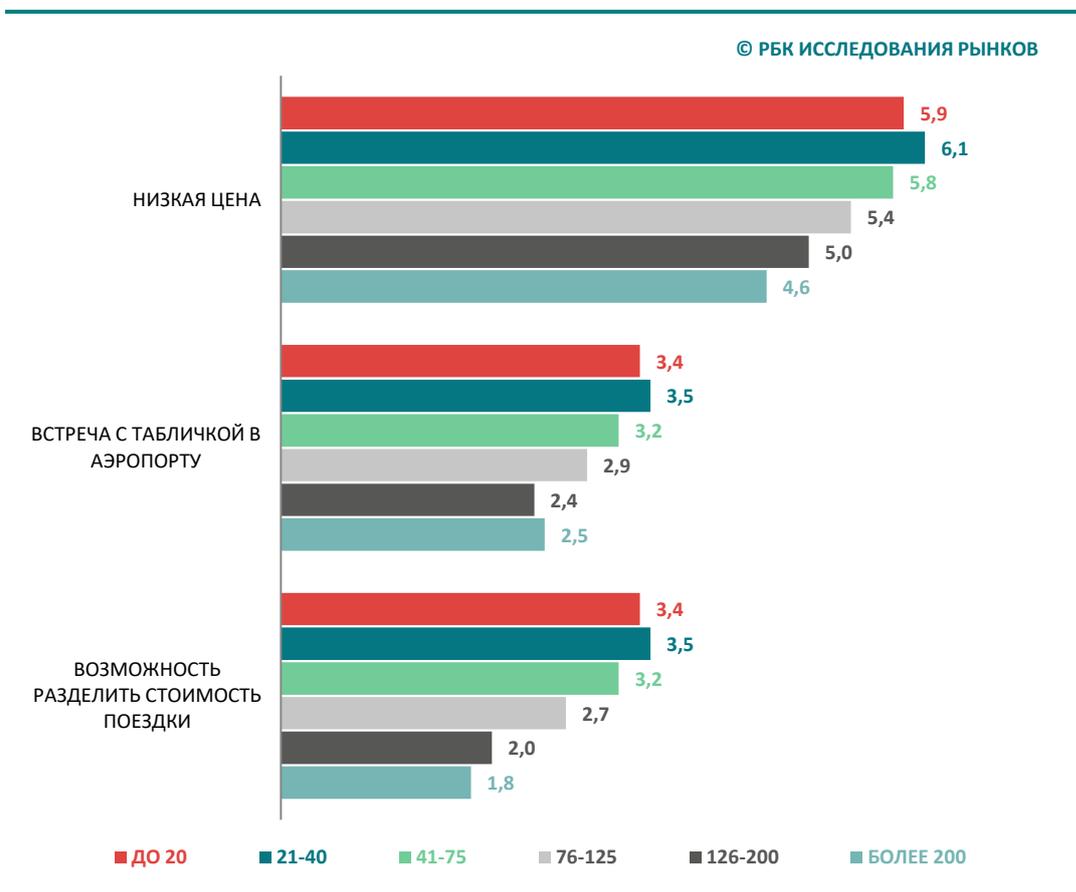
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 34. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от возраста респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., лет



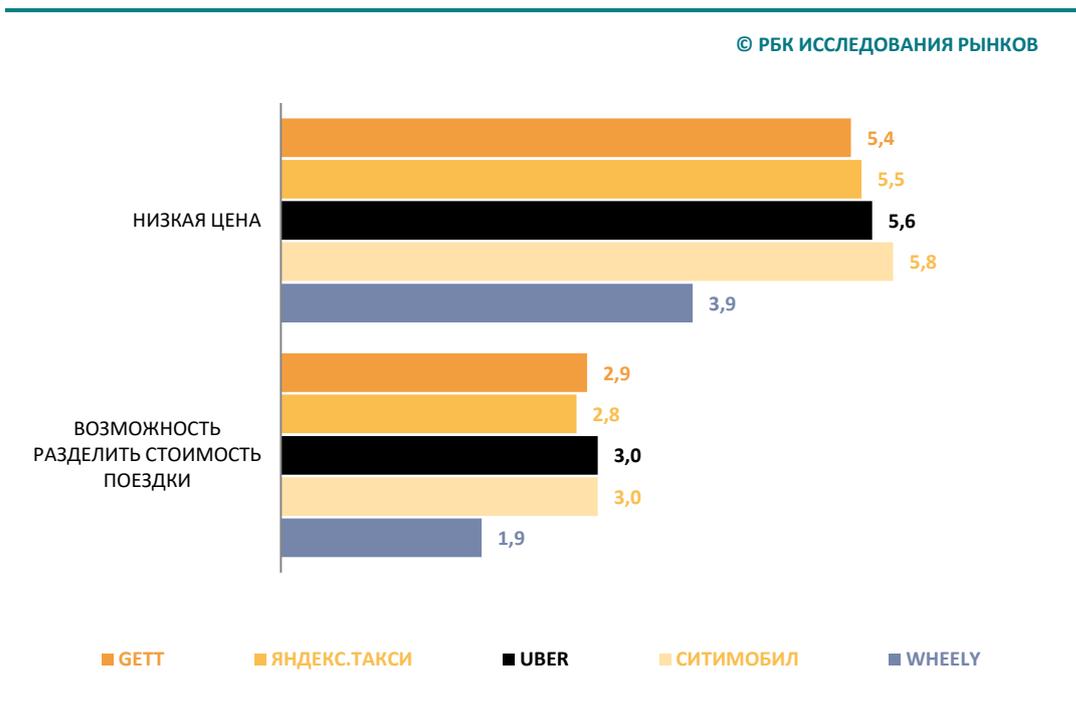
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 35. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₴ тыс.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

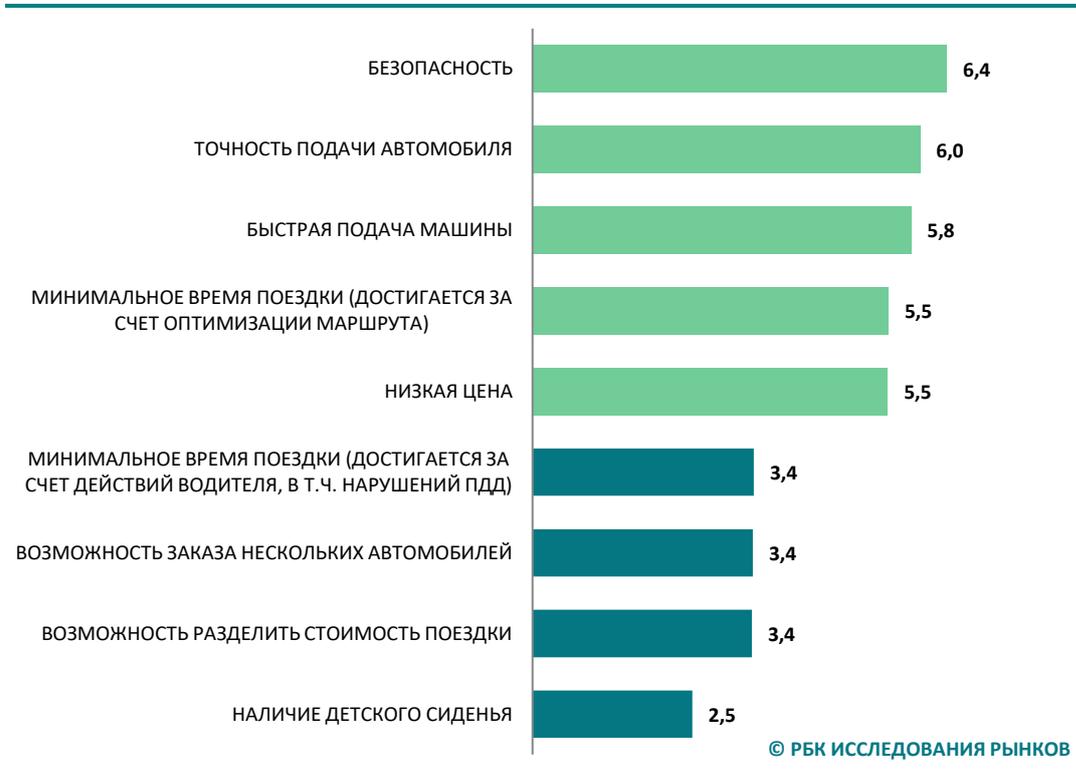
Рис. 36. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

Ситуация «Поездка с вечеринки»

Рис. 37. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Поездка с вечеринки» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.

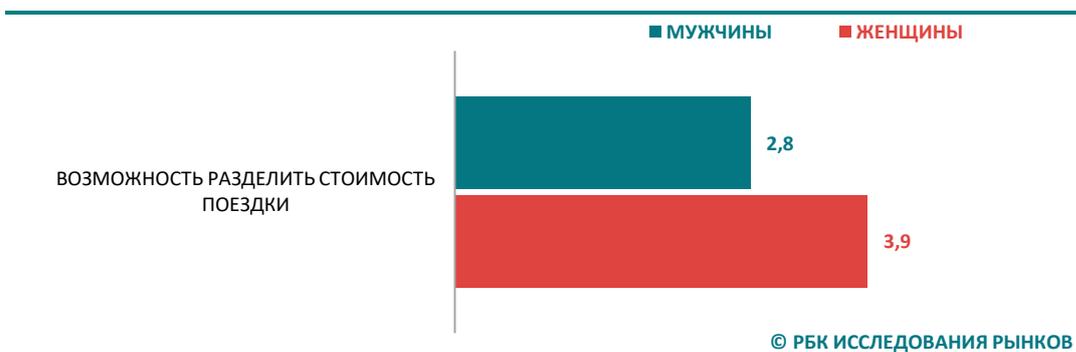


Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

В ситуации с поездкой с вечеринки безоговорочным лидером остается безопасность, а факторы скорости несколько теряют свою значимость. Возможность разделить стоимость поездки вновь оказывается более критичной для женщин, а наличие детского сидения – для опрошенных в возрасте 35-44 лет.

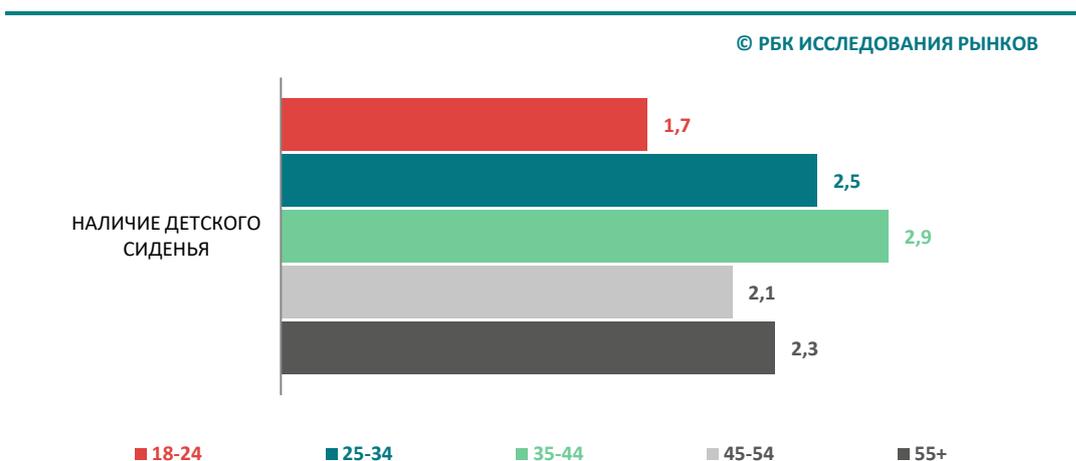
Наиболее состоятельные респонденты меньшее значение придают ценовым характеристикам, минимальному времени поездки за счет нарушения ПДД и наличию детского сидения.

Рис. 38. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.



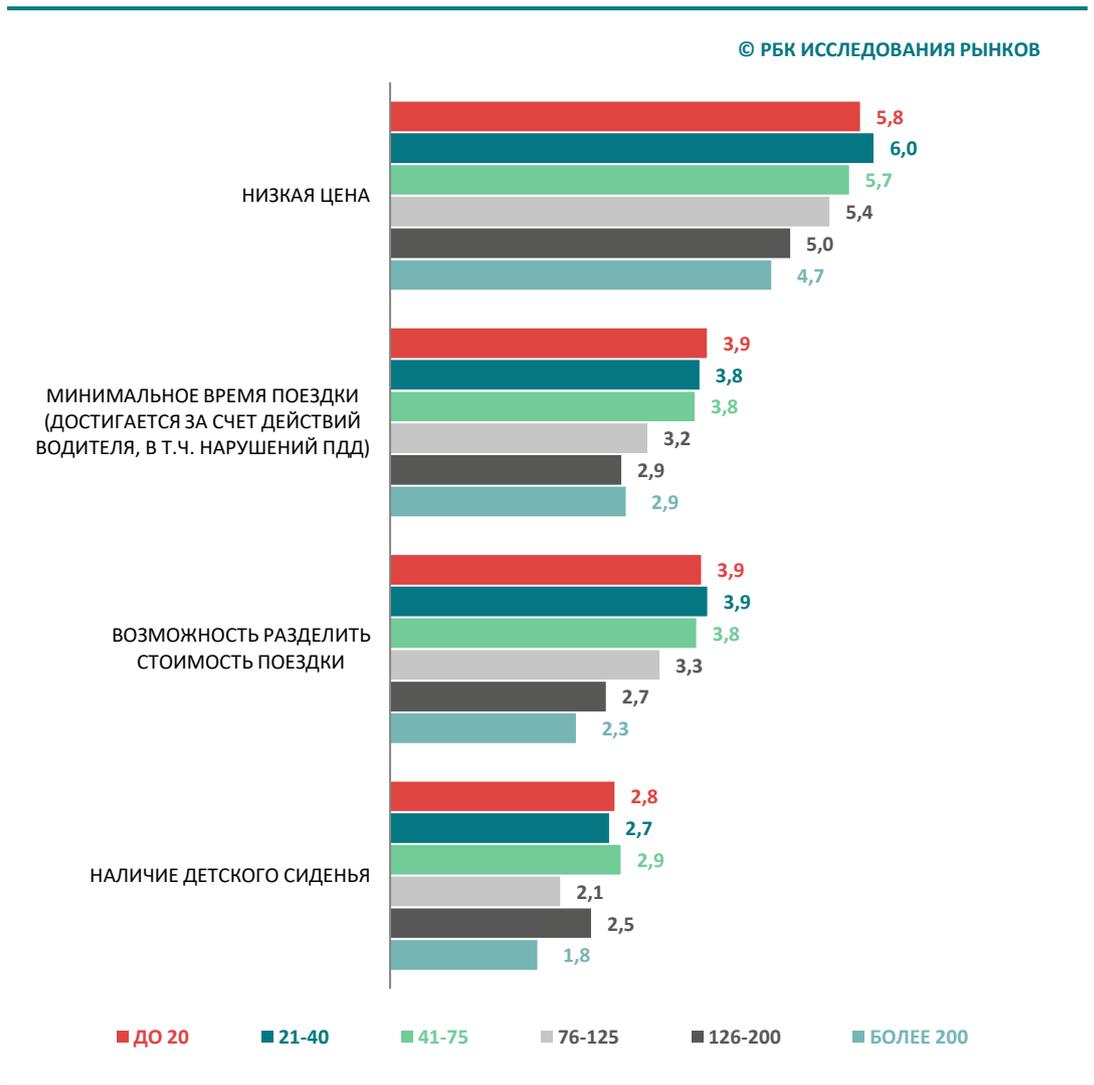
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 39. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от возраста респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., лет



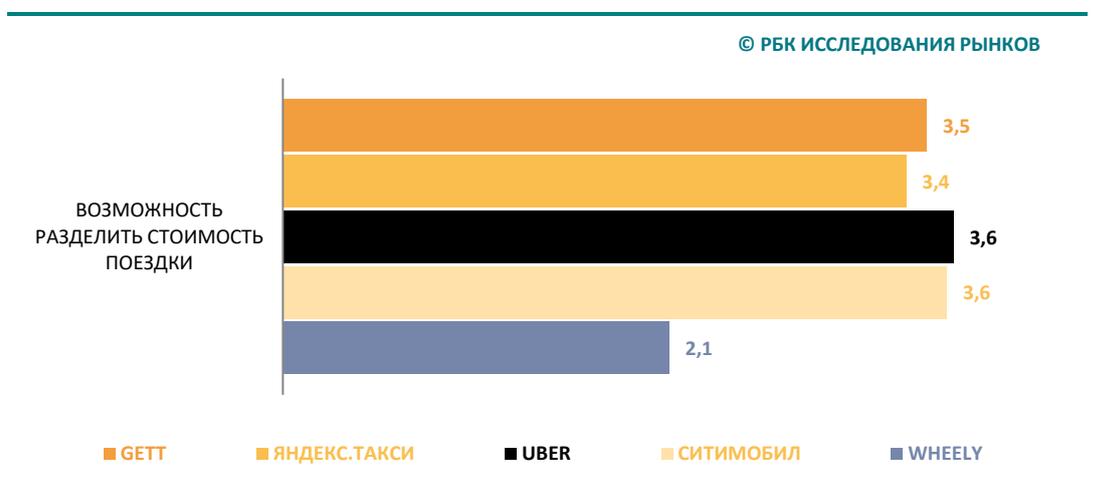
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 40. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₴ тыс.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 41. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

Ситуация «Поездка по работе»

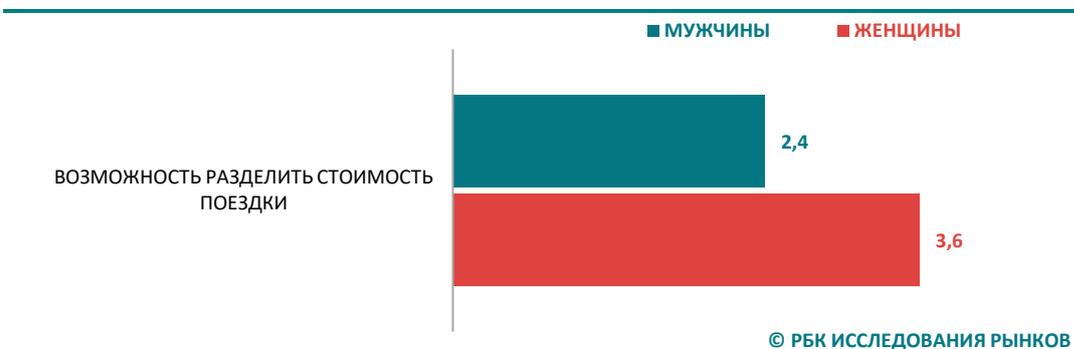
Если поездка с вечеринки подразумевает отсутствие временных ограничений, то в случае с поездками по работе фактор времени оказывается более существенным. Низкая цена несколько потеряла в оценке, что отчасти может быть обусловлено пользованием услугами такси за счет работодателя. Наличие детского кресла в данном случае оказывается наименее важным фактором, поскольку деловые поездки, как правило, совершаются без детей.

Рис. 42. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Поездка по работе» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.



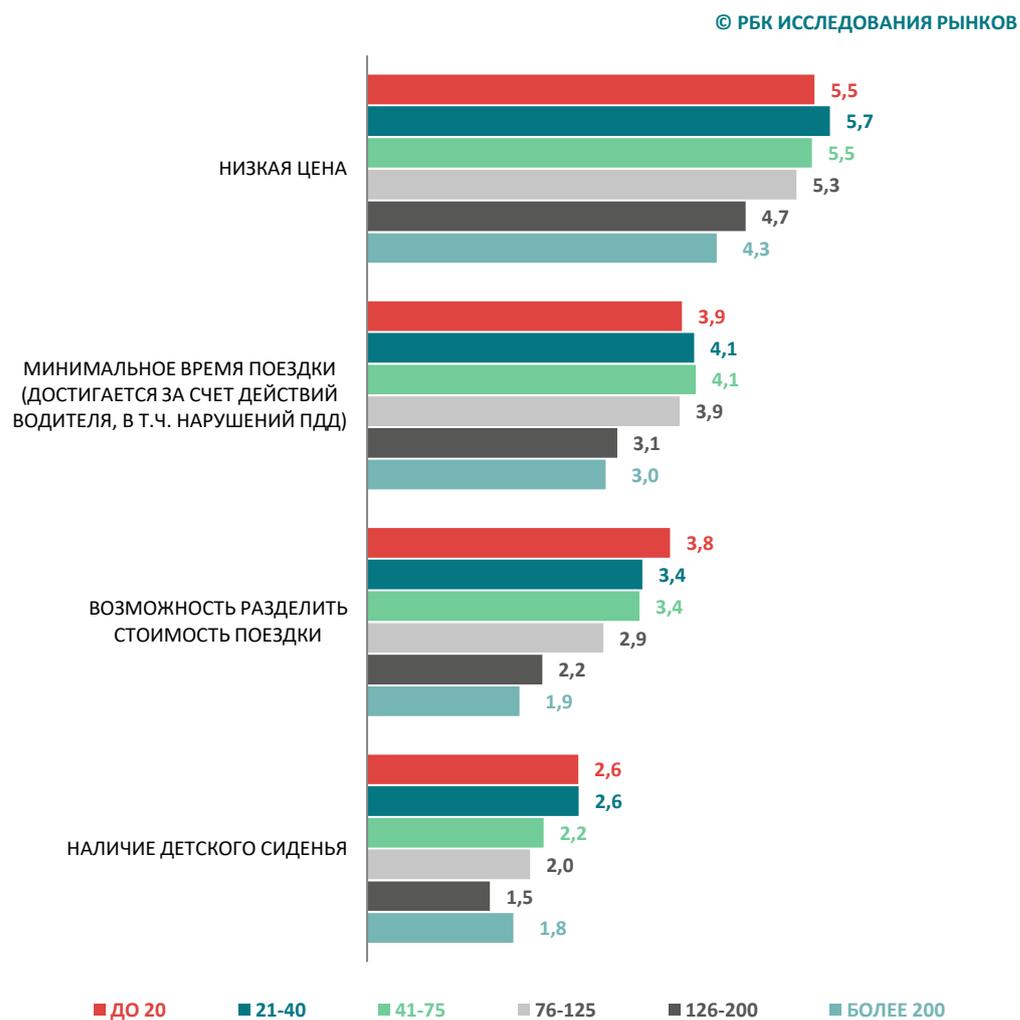
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

Рис. 43. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.



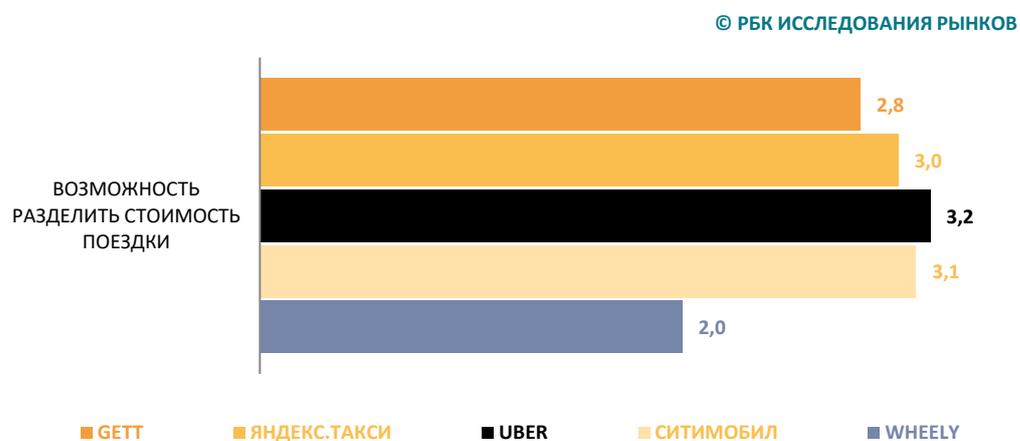
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 44. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₺ тыс.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 45. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.

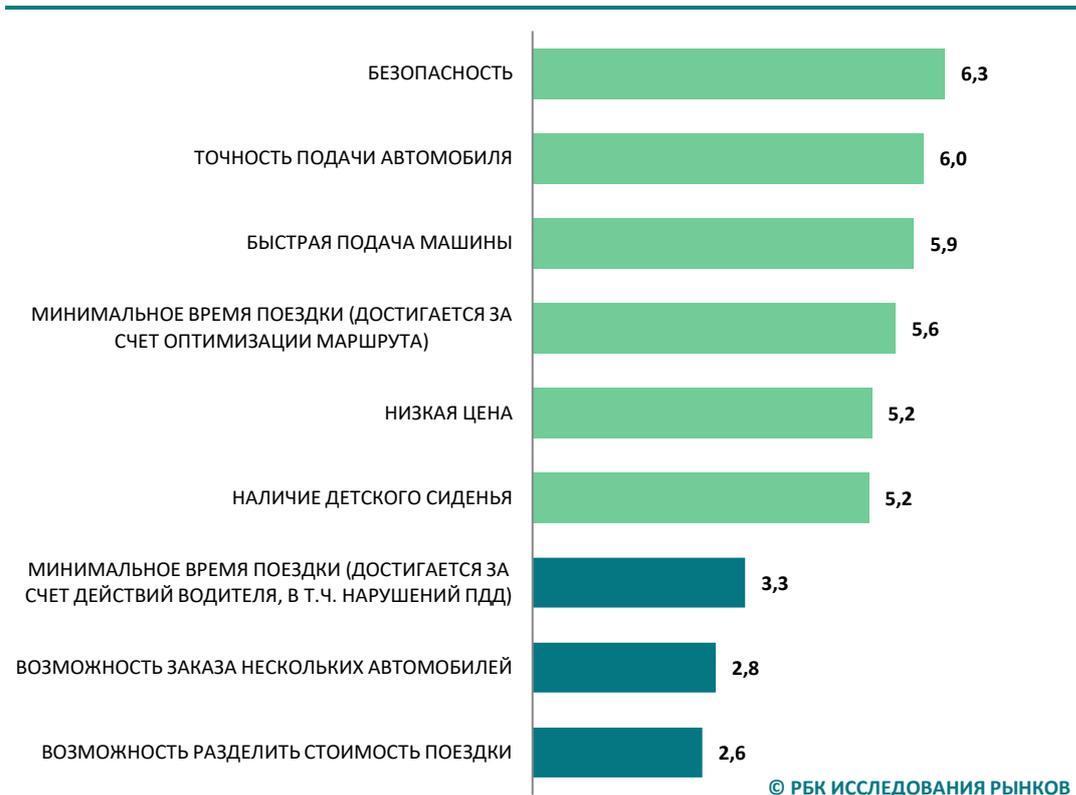


Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

Ситуация «Поездка с ребенком»

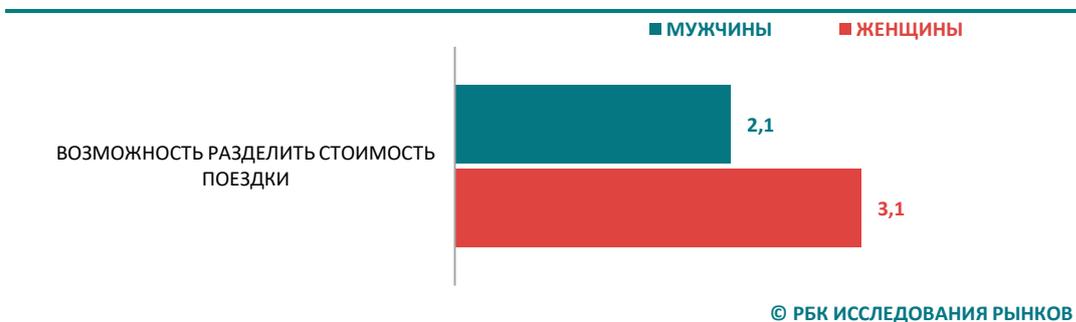
Основное отличие ситуации «Поездка с ребенком» от остальных заключается в высокой значимости наличия в автомобиле детского сиденья – 5,2 из 7. Лидером рейтинга вновь выступает безопасность, которая не теряет значимость независимо от жизненной ситуации. Также в данном случае фактор минимального времени поездки за счет нарушения ПДД получил наименьшую оценку, что свидетельствует о желании опрошенных обеспечить высокий уровень безопасности для своего ребенка.

Рис. 46. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Поездка с ребенком» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.



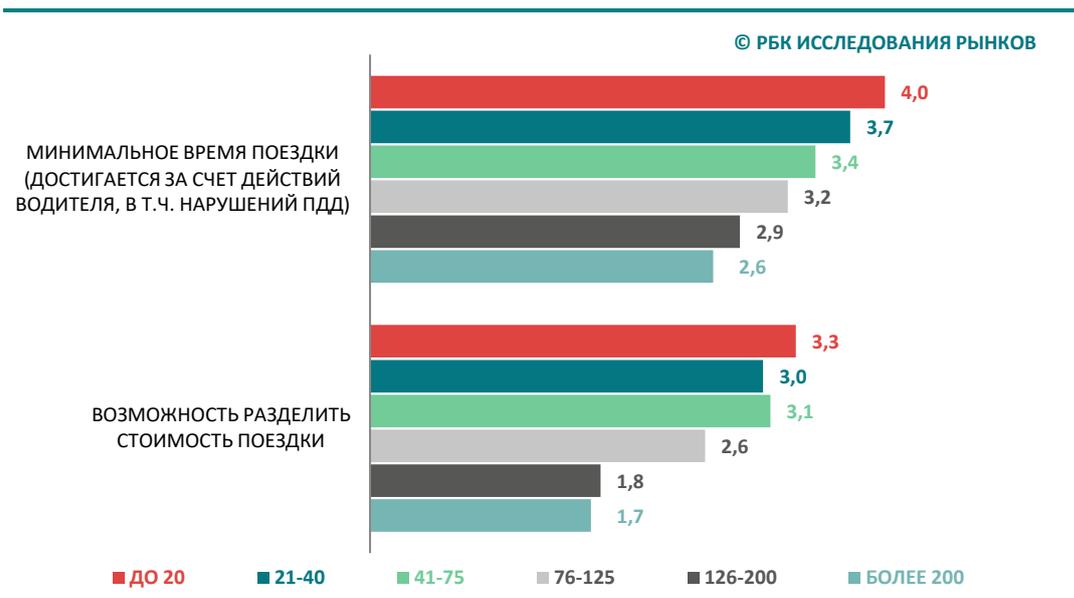
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

Рис. 47. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.



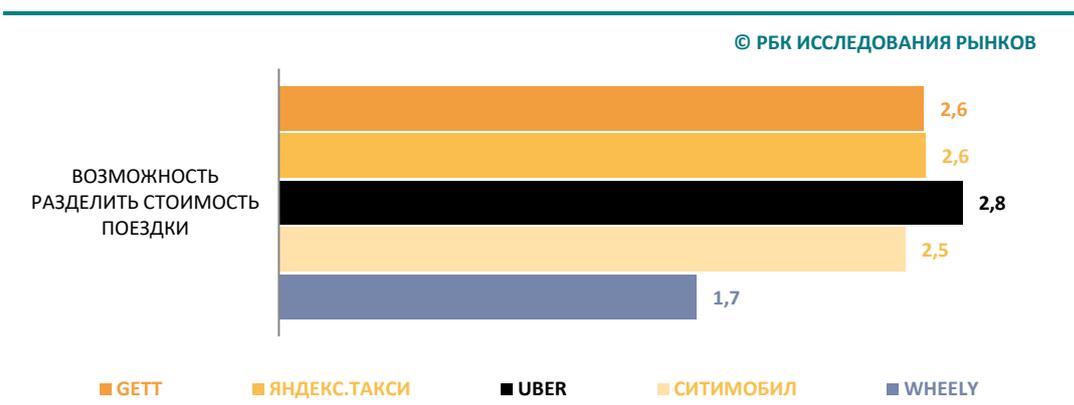
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 48. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₴ тыс.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 49. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

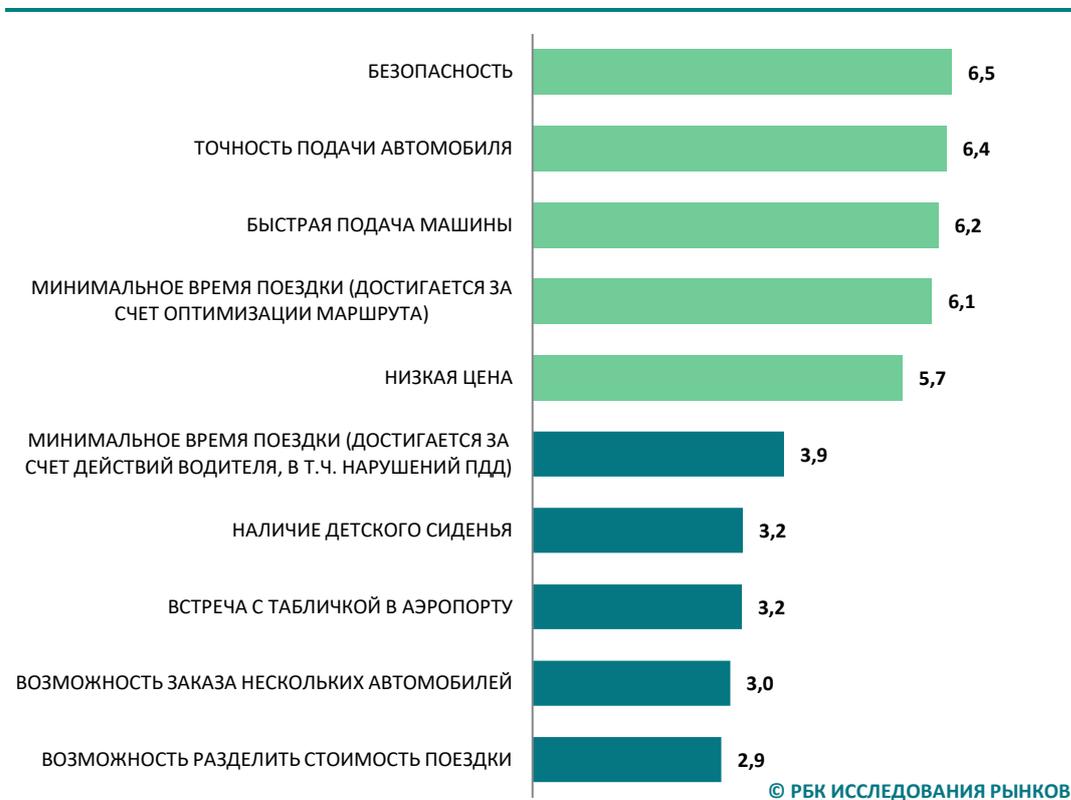
Ситуация «Поездка в аэропорт / на вокзал»

Как уже было сказано ранее, ситуация с поездкой в аэропорт / на вокзал схожа с ситуацией «Надо быстро добраться» в связи с крайне ограниченным временным ресурсом и необходимостью приехать к определенному времени. В связи с этим высокую значимость приобретают критерии точной подачи автомобиля и минимального времени поездки. Самая высокая значимость ценового фактора прослеживается именно в случае с поездками в аэропорт / на вокзал, особенно в Москве, где аэропорты находятся в разных сторонах Подмосковья и сильно удалены от центра города и друг от друга. Встреча с табличкой в аэропорту получила невысокую оценку – 3,2 из 7, что говорит об отсутствии надобности в данной услуге у многих клиентов такси.

Интересно отметить, что во всех предложенных жизненных обстоятельствах женщины ставят более высокие оценки всем рассматриваемым характеристикам. Данное обстоятельство обусловлено особенностями покупки товаров и услуг потребителями разного пола. Женщины в большинстве своем предъявляют заведомо более

высокие требования качеству получаемых услуг, тщательнее отслеживают цены, возможности экономии и т.д. Данная особенность нашла отражение и в пользовании услугами такси, где женщины придают более высокое значение рассматриваемым характеристикам.

Рис. 50. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Поездка в аэропорт / на вокзал» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.



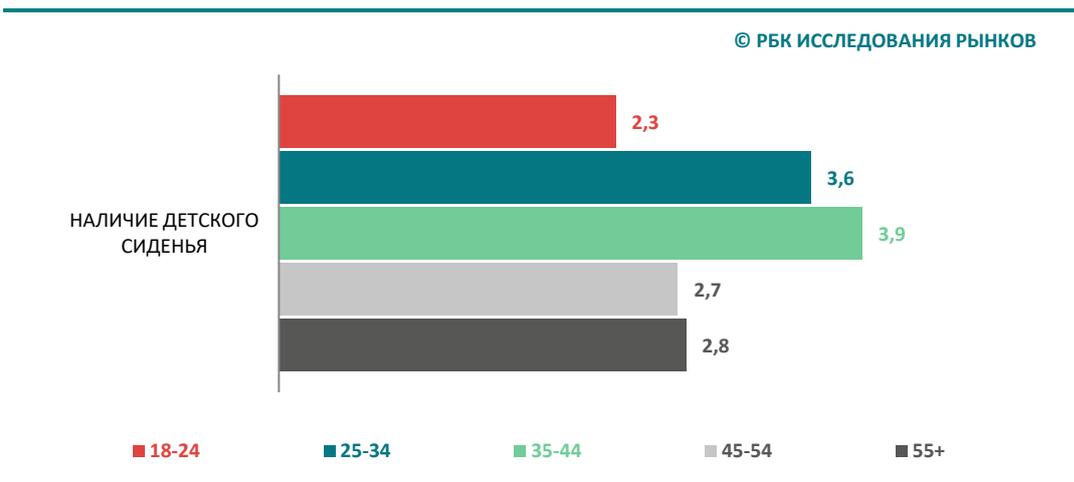
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

Рис. 51. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.



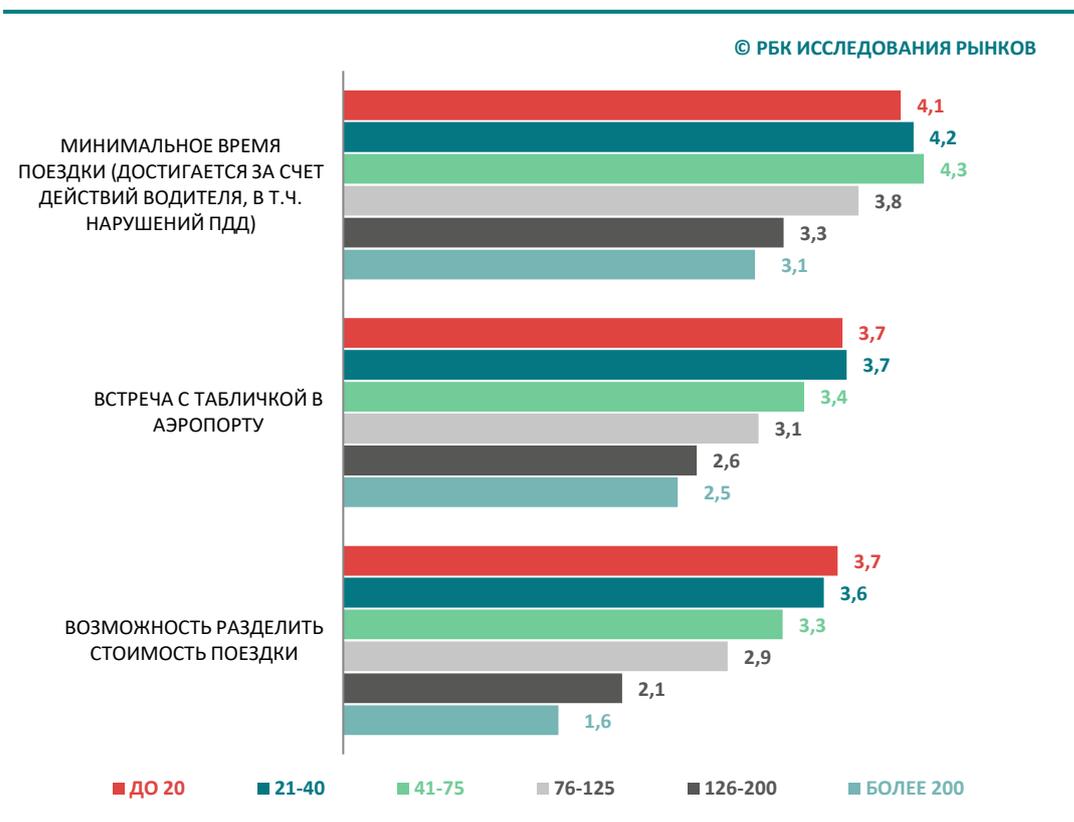
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 52. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от возраста респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., лет



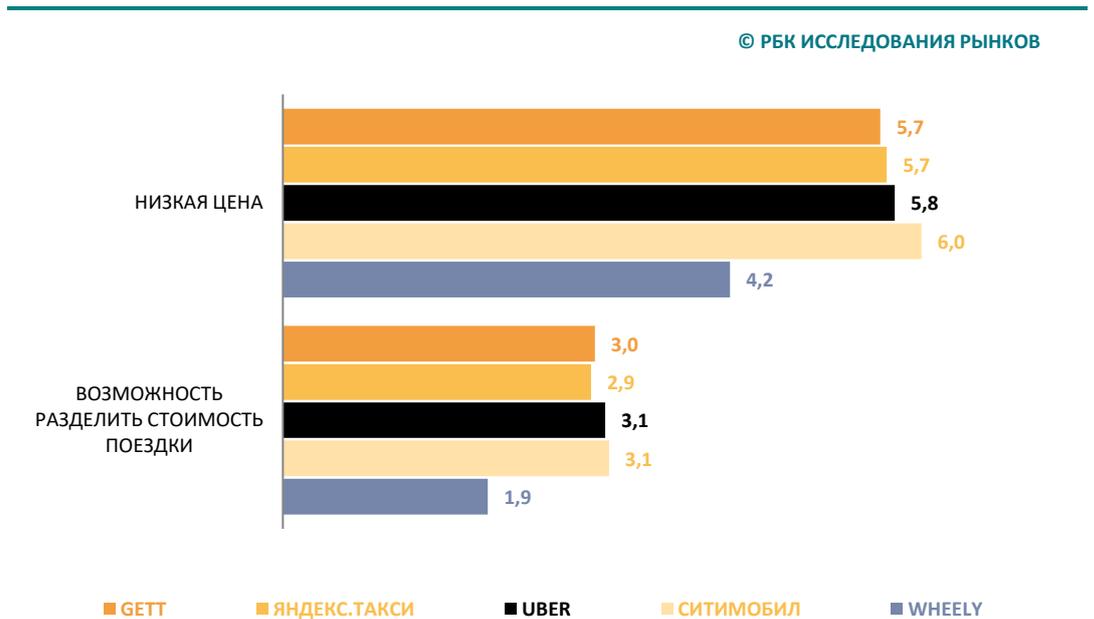
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 53. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₴ тыс.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года

Рис. 54. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – май 2019 года. Сумма % не равна 100%, так как респонденты могли отметить несколько вариантов ответа

СПИСОК ДИАГРАММ

Рис. 1. «Пользовались ли Вы услугами такси за последний год?», 2019 г., % от опрошенных	4
Рис. 2. Причины отказа от услуг такси, 2019 г., % от опрошенных, не пользующихся такси	5
Рис. 3. Доля новостей о негативных событиях с участием водителей агрегаторов, март 2016 г. – май 2019 г., % от всех новостей о негативных событиях с участием такси в Москве.....	6
Рис. 4. Количество новостей о негативных событиях с участием такси в Москве, март 2016 г. – май 2019 г., ед.....	7
Рис. 5. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси.....	10
Рис. 6. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего пола.....	10
Рис. 7. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси в зависимости от наличия/отсутствия детей.....	12
Рис. 8. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси.....	12
Рис. 9. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего пола.....	13
Рис. 10. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси в зависимости от наличия/отсутствия детей	14
Рис. 11. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси.....	15
Рис. 12. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего пола.....	15
Рис. 13. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси в зависимости от наличия/отсутствия детей	16
Рис. 14. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси в зависимости от того, какими классами такси они пользовались за последний год	17
Рис. 15. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси.....	18
Рис. 16. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, в зависимости от наличия/отсутствия детей	19
Рис. 17. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, в зависимости от того, какими классами такси они пользовались за последний год.....	20
Рис. 18. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси.....	21
Рис. 19. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты- женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, в зависимости от наличия/отсутствия детей	22
Рис. 20. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты- женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, в зависимости от того, какими классами такси они пользовались за последний год.....	23



Рис. 21. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси	24
Рис. 22. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего пола, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси	25
Рис. 23. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси, в зависимости от наличия/отсутствия детей.....	27
Рис. 24. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси, в зависимости от того, какими классами такси они пользовались за последний год	27
Рис. 25. «У Вас были конфликтные ситуации с водителями следующих агрегаторов?», 2019 г., % от опрошенных, пользовавшихся услугами такси, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси	28
Рис. 26. «У Вас были конфликтные ситуации с водителями следующих агрегаторов?», 2019 г., % от опрошенных, пользовавшихся услугами такси соответствующих агрегаторов, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси	29
Рис. 27. Распределение респондентов в зависимости от их пола, 2019 г., % от общего количества опрошенных	30
Рис. 28. Распределение респондентов в зависимости от их возраста, 2019 г., % от общего количества опрошенных	30
Рис. 29. Распределение респондентов в зависимости от географии их проживания, 2019 г., % от общего количества опрошенных	30
Рис. 30. Распределение респондентов в зависимости от уровня их личного среднемесячного дохода, 2019 г., % от общего количества опрошенных	31
Рис. 31. Распределение респондентов по составу семьи, 2019 г., %.....	31
Рис. 32. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Нужно быстро добраться» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.	34
Рис. 33. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.....	34
Рис. 34. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от возраста респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., лет	35
Рис. 35. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₽ тыс.	35
Рис. 36. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.....	36
Рис. 37. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Поездка с вечеринки» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.....	36
Рис. 38. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.....	37
Рис. 39. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от возраста респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., лет	37
Рис. 40. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₽ тыс.	38

Рис. 41. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.....	38
Рис. 42. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Поездка по работе» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.....	39
Рис. 43. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.....	39
Рис. 44. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₽ тыс.	40
Рис. 45. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.....	40
Рис. 46. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Поездка с ребенком» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.....	41
Рис. 47. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.....	41
Рис. 48. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₽ тыс.	42
Рис. 49. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.....	42
Рис. 50. Ключевые факторы выбора агрегатора в ситуации «Поездка в аэропорт / на вокзал» по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г.....	43
Рис. 51. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от пола респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г.....	43
Рис. 52. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от возраста респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., лет	44
Рис. 53. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от дохода респондентов отличается наиболее заметно, 2019 г., ₽ тыс.	44
Рис. 54. Факторы выбора агрегатора, значимость которых в зависимости от используемых респондентом сервисов такси отличается наиболее заметно, 2019 г.....	45



СПИСОК ТАБЛИЦ

Табл. 1. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего возраста, лет.....	11
Табл. 2. Классы такси, которыми опрошенные пользовались за ПОСЛЕДНИЙ ГОД, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси с соответствующим личным среднемесячным доходом, ₺ тыс.	11
Табл. 3. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего возраста, лет	13
Табл. 4. Классы такси, которыми опрошенные пользовались ЧАЩЕ ВСЕГО за последний год, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси с соответствующим личным среднемесячным доходом, ₺ тыс.	13
Табл. 5. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего возраста, лет	15
Табл. 6. «Были ли у Вас конфликтные ситуации с водителями такси?», 2019 г., % от опрошенных пользователей такси с соответствующим личным среднемесячным доходом, ₺ тыс.....	16
Табл. 7. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин соответствующего возраста, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, лет.....	18
Табл. 8. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-мужчины, 2019 г., % от опрошенных мужчин с соответствующим личным среднемесячным доходом, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, ₺ тыс.....	19
Табл. 9. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты-женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин соответствующего возраста, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, лет.....	21
Табл. 10. Виды конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты- женщины, 2019 г., % от опрошенных женщин с соответствующим личным среднемесячным доходом, отметивших опыт участия в конфликтах с водителями такси, ₺ тыс.....	22
Табл. 11. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси соответствующего возраста, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси, лет.....	25
Табл. 12. Виды других конфликтных ситуаций, с которыми сталкивались клиенты, 2019 г., % от опрошенных пользователей такси с соответствующим личным среднемесячным доходом, отметивших опыт участия в других конфликтах с водителями такси, ₺ тыс.....	26
Табл. 13. Оценка важности факторов выбора агрегатора такси в зависимости от различных жизненных ситуаций по шкале от 1 (совсем не важно) до 7 (очень важно), 2019 г., среди опрошенных пользователей такси.....	32