

Восприятие населением Москвы новых городских сервисов (на примере МЦК, каршеринга, единой сети Wi-Fi).

Научный руководитель – Ардельянова Яна Андреевна

Ершов Никита Олегович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: nik_ershov@yahoo.com

Правительство Москвы в последние годы разрабатывает в столице различные проекты, направленные на благоустройство городской среды. Получение актуальных данных о восприятии и популярности новых сервисов среди жителей Москвы является важной частью внедрения подобного рода сервисов, так как необходимо понимать через какой промежуток времени можно говорить об окупаемости проекта, о его дальнейшем развитии и модернизации, о возможности разработки аналогичных проектов в субъектах РФ.

Цель данного исследования заключается в следующем: выявить уровень востребованности жителями Москвы городских сервисов, на примере МЦК, каршеринга, единой сети Wi-Fi.

Было проведено пилотное исследование методом опроса посредством сети Интернет, выборка составила 100 человек. Среди респондентов 23% мужчины и 77% женщин. 64% респондентов в возрасте от 16 до 24 лет, 16% - в возрасте от 25 до 35 лет, 18% - в возрасте от 36 до 54 лет, 2% респондентов - лица пенсионного возраста.

В сентябре 2016 г. в эксплуатацию было введено МЦК (Московское центральное кольцо), на которое Мэрия и ОАО «РЖД» потратили более 100 млрд. рублей. По оценкам экспертов, в год МЦК будет приносить около 9 млрд. рублей. Однако проведенное исследование показывает, что из 100 опрошенных 43% не пользуются МЦК. Одной из главных причин, почему жители города не пользуются услугами МЦК, указанных респондентами, является неудобные пересадки с метрополитена на МЦК. Только 24% оценили пересадки выше чем «удовлетворительно».

Каршеринговые компании работают в столице с 2013 г. В сентябре 2015 г. Сергей Собянин запустил единую систему каршеринга в Москве, которая позволила упростить процедуру аренды машин. На конец 2016 г. каршеринг предлагает 2800 машин с рыночной стоимостью 770 000 рублей. Таким образом, в период с сентября 2013 г. по декабрь 2016 г. на покупку машин было затрачено около 2 млрд. рублей. Основной задачей каршеринга является снижение числа легковых автомобилей в городе на треть. Проведенное исследование показало, что только 3 процента респондентов пользуется каршерингом.

Wi-Fi в метро был запущен в конце 2014 г. Сейчас единая сеть Wi-Fi действует в метрополитене, МЦК, аэроэкспрессе, наземном городском пассажирском транспорте. Москвичи удовлетворены качеством сигнала Wi-Fi, 60% респондентов оценивают сеть Wi-Fi на «хорошо» и «отлично».

Проведенное исследование показало, что среди москвичей наименьшей популярностью пользуется система каршеринга. Из трех сервисов, рассмотренных в исследовании, самым востребованным оказалась единая сеть Wi-Fi. Также, с полной уверенностью нельзя говорить о том, что МЦК в будущем не окупится. Только через пару лет можно будет точно сказать, сходятся ли оценки экспертов с реальным пассажиропотоком.