

Секция «Социальные аспекты экономики совместного потребления»

### Этичные потребители сервиса

Научный руководитель – Молхолл Энн -

*Будагян Ася Араиковна*

*Студент (бакалавр)*

Тюменский государственный университет, Школа перспективных исследований, Тюмень,  
Россия

*E-mail: a.budagyan.sas@gmail.com*

На улицах относительно большого российского города все чаще можно увидеть черно-желтые машины с надписью «Яндекс.Такси». Яндекс.Такси - это «первая российская система онлайн-заказа такси», представляющая собой мобильное приложение, которое позволяет связаться с водителем напрямую, не обращаясь к диспетчеру [1]. Большинство жителей развитых городов, наверняка, не только замечали их, но и пользовались услугами сервиса. Клиенты знают, что на самом деле кроме ярких автомобилей с баннерами, есть и множество водителей с личными машинами, которые пользуются приложением от Яндекс.Такси и принимают заказы. Сервис привлекает клиентов низкими ценами (находится на втором месте после Uber), высокой скоростью подачи автомобиля (в среднем 4 минуты по Москве) и широким выбором автомобиля (например, детское кресло, перевозка животных, некурящий водитель) [5]. Популярность сервиса продолжает стремительно расти, в 2016 году количество скачиваний увеличилось на 30%, а сегодня приложение занимает второе место в категории «Путешествия» (Appstore на 2.03.2020) [7]. Но что же представляет из себя обратная сторона удобного сервиса?

Эра заводов и фабрик с ужасающими условиями труда и эксплуатацией рабочей силы отходит в прошлое, эпоха постиндустриализма отличается фокусом не на материальных, а информационных благах. Казалось бы, никакой сложной физической работы в сфере услуг выполнять не требуется, а некоторые «фрилансеры» даже вольны самостоятельно организовывать свой рабочий график. На самом же деле, современная экономическая система продолжает истощать работников, даже несмотря на отсутствие физического труда, как такового. Политический философ Майкл Хардт утверждает, что в эпоху постмодернизма появилась тенденция относиться к рабочим сервиса как к экономически выгодной функции [2]. Мы, как клиенты и пользователи сервиса, не пытаемся «увидеть» человека, предоставляющего услугу, мы заиклены лишь на ее получении. Работодатели и владельцы компаний не отличаются большим сочувствием, если сотрудник не может выполнять необходимые требования, вероятно, в скором времени и за редкими исключениями ему найдут замену. И мы, потребители, вынуждены поддерживать эту систему, создавая спрос на «негуманные» услуги по причине отсутствия достойных альтернатив.

Так, количество поездок на Яндекс.Такси и скачиваний их приложения не перестает расти вместе с доходом компании, который в 2018 вырос почти на 300% относительно 2017 [6]. Ожидаемо, что доход работников изменился в ту же сторону. Однако, среди количества скачиваний приложения новыми клиентами, есть и скачивания новых водителей, которые все легче получают доступ к работе в сервисе. Кроме возрастающей конкуренции среди водителей, увеличению их дохода препятствует и сама компания, которая в 2016 году поддержала компанию Uber (с которой, кстати, намеревается объединиться), искусственным образом понизив цены на поездки для повышения спроса на услугу и «подавления» конкурентов [8]. Представители Яндекс.Такси утверждали, что водители не потеряют своих

денег, а наоборот, повысят свой доход за счет большей востребованности. Однако, подтверждений этому после демпинга не последовало. Более того, компания увеличила процент комиссии на поездки, который порой может достигать 23 процентов (по словам водителей г.Тюмени). Это не учитывая того факта, что работники Яндекс.Такси, не имеющие собственного автомобиля, каждый рабочий день выплачивают по 1800 рублей только за аренду машины компании, а далее их средства идут на ремонт автомобиля, его мойку и заправку топливом. Демпинг, повышение процента комиссии и «непростые» условия труда привели к тому, что для получения того же дохода, что и был в 2016 года, водителям необходимо работать больше, отсюда усталость и желание выполнять заказы быстрее. По словам водителей такси, именно эти факторы и влияют на то, что Яндекс.Такси чаще всего попадает в аварии. Неудивительно, что официальной информации от Яндекс.Такси по статистике аварий найти не удалось, однако, согласно официальной государственной информации о количестве аварий с такси в целом, можно [3]. Получается, что единственными бенефициарами являются владельцы компании, поскольку и клиенты, о которых Яндекс.Такси заботиться, по словам регионального директора Ивана Запольского, могут также находится под ударом, исходящим от людей, ищущих прибыли[4].

Мы, как клиенты, нацелены на выгоду и понятно, что наиболее удобным для нас будет являться сервис, предоставляющий услуги качественно, быстро и дешево. Экономическую систему, угнетающую работников, не исправить в одно мгновение и усилием индивидов. Однако, это не означает, что мы не можем оказать никакого воздействия на нее и не влиять постепенными шагами. Важно, учиться быть этичным потребителем услуг, что бы это не означало - оставлять чаевые, доброжелательно вести себя с работниками или поддерживать компании, которые отвечают нашим представлениям о гуманности и справедливости.

### Источники и литература

- 1) Амирханян Р. А. Развитие сетевого маркетинга в России // Colloquim-journal. 25 (49), 2019.
- 2) Hardt, M. Affective Labor // Boundary 2, Vol. 26, No. 2, 1999, pp. 89-100
- 3) Аналитический материал по состоянию таксомоторной отрасли в России с точки зрения безопасности дорожного движения: <https://ac.gov.ru/archive/files/content/19540/taksi-avariinost-final-2311-pdf.pdf>
- 4) Подкаст «Норм»: <https://podtail.com/ru/podcast/норм/-2019-12-24/>
- 5) Яндекс.Такси: <https://taxi.yandex.ru/tumen/tariff/econom/>
- 6) Forbes: <https://www.forbes.ru/tehnologii/375313-peredali-za-proezd-na-yandekstaksi-prishlas-pyataya-chast-vseh-dohodov-kompanii-v>
- 7) Life in Travels: <https://www.life-in-travels.ru/sravnenie-uber-gett-yandex-taxi/>
- 8) Roem.ru: <https://roem.ru/10-04-2017/247339/uber-zateyal-demping/>