

«ДЕШЕВО VS БЕЗОПАСНО И КОМФОРТНО»

Запрос потребителей на услуги служб
такси

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

По среднегодовым темпам роста рынок такси опережает многие сектора малого и среднего бизнеса. Поездки стали частью повседневности. Благодаря низким ценам большое количество жителей мегаполисов пользуется такси вместо собственного автомобиля или общественного транспорта.

Рынок такси отличается низкой потребительской лояльностью и доминированием ценового запроса. Игроки массового сегмента находятся под давлением сформированных ожиданий на низкие цены, с одной стороны, и требованиями к комфорту и безопасности, с другой. Рынку предстоит выходить из этой развилки.

В то же время рынок такси – один из крупных сегментов занятости. В кризисный период нарастает конфликт между ростом конкуренции, притоком на рынок новых водителей и снижением потребительских возможностей.

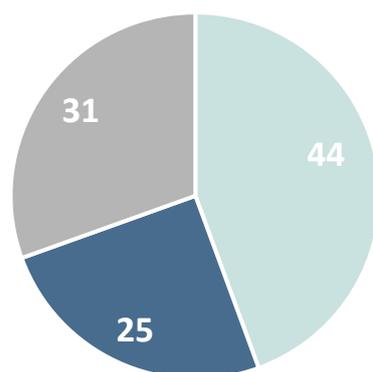
ДАННЫЕ

Онлайн-опрос, проведенный на базе панели OMI: 1033 респондентов в возрасте 18 лет и старше, проживающих в городах с населением 100 000 человек и более.

Период проведения: 31 марта – 1 апреля 2021 года.

В последний раз пользовались услугами такси по вызову

(% опрошенных, N=1033)



- В течение последней недели
- В течение последних двух недель
- В течение последнего месяца

Структура выборки

18-24 года	11
25-34 года	34
35-44 года	23
45-54 лет	16
55 и старше	16
Мужчины	43
Женщины	57
Москва	18
Санкт-Петербург	9
Города 1 млн.+ (без М.и Спб.)	21
города 500 тыс.-1 млн.	16
города 250-500 тыс.	20
Города 100-250 тыс	16

ДЕШЕВЛЕ ... И ЕЩЕ ДЕШЕВЛЕ

Такси для части жителей крупных городов стало повседневным аналогом общественного транспорта или личного автомобиля.

При этом такси относится к группе услуг, в которых массовый выбор в значительной степени определяется ценой. Выделяются на этом фоне только жительницы крупных городов, которые чаще выражают обеспокоенность безопасностью поездок.

Предложения на массовом рынке слабо различимы для потребителя по неценовым параметрам. Это означает, что основная конкуренция разворачивается в ценовой плоскости, уводя внимание от качественных характеристик и безопасности поездок.

Какие параметры наиболее важны для вас при выборе службы такси? Выберите максимум 2 варианта

(% опрошенных)

	В среднем
Цена	71 (Женщины – 67%)
Скорость подачи	40
Безопасность поездок	31 (Женщины – 36%)
Удобство заказа	14
Скидки, акции для постоянных клиентов, накопление баллов за поездки	10
Компетентность водителей	8
Чистота, комфорт автомобилей в службе такси	8
Известность компании, доверие ей	6
Вежливость водителей	6
Другое	0
Затрудняюсь ответить	0

Потребитель, преимущественно, ощущает себя на конкурентном рынке во всех типах городов. В мегаполисах на рынке доминируют крупные агрегаторы. 86% потребителей отметили, что в их городе работает несколько служб такси, которые конкурируют между собой.

Как вы считаете, развита или не развита сейчас конкуренция между службами такси в вашем городе?

(% опрошенных)

	В среднем	Москва	СПб	1 млн +	250-500 тыс.	100-250 тыс.
Есть несколько служб, которые конкурируют между собой. У потребителя есть из чего выбирать	86	87	97	91	88	82
Конкуренции почти нет. Есть один основной перевозчик, который диктует свои условия	9	6	2	6	7	13
Затрудняюсь ответить	4	7	1	2	4	5

Лояльность бренду на рынке низка, что определяется высокой конкуренцией и доминированием ценового критерия. В случае появления конкурента с более низкими ценами значительная часть потребителей сменила бы службу. Ценовая конкуренция вынуждает компании широко предлагать различные скидки и промо акции – по данным опроса ими пользуется **60%** респондентов. Учитывая высокую вероятность перетока клиентов, рынок крайне чувствителен к появлению более выгодных предложений.

Если бы в вашем городе появилась новая служба такси, предлагающая цены ниже, чем у конкурентов, вы бы стали ею пользоваться или же нет?

(% опрошенных)



При этом **появление более низких ценовых предложений может сформировать новую норму** – потребитель в массе склонен судить о справедливой цене по нижней предлагаемой на рынке планке. Она оказывает давление на всех игроков рынка, вынуждая понижать цены. Так как цена является основным параметром выбора, в то время разница в качестве и безопасности на первый взгляд может быть не так заметна, ценовое давление приводит к общему падению качества и безопасности на рынке.

С каким мнением вы больше согласны?

(% опрошенных)

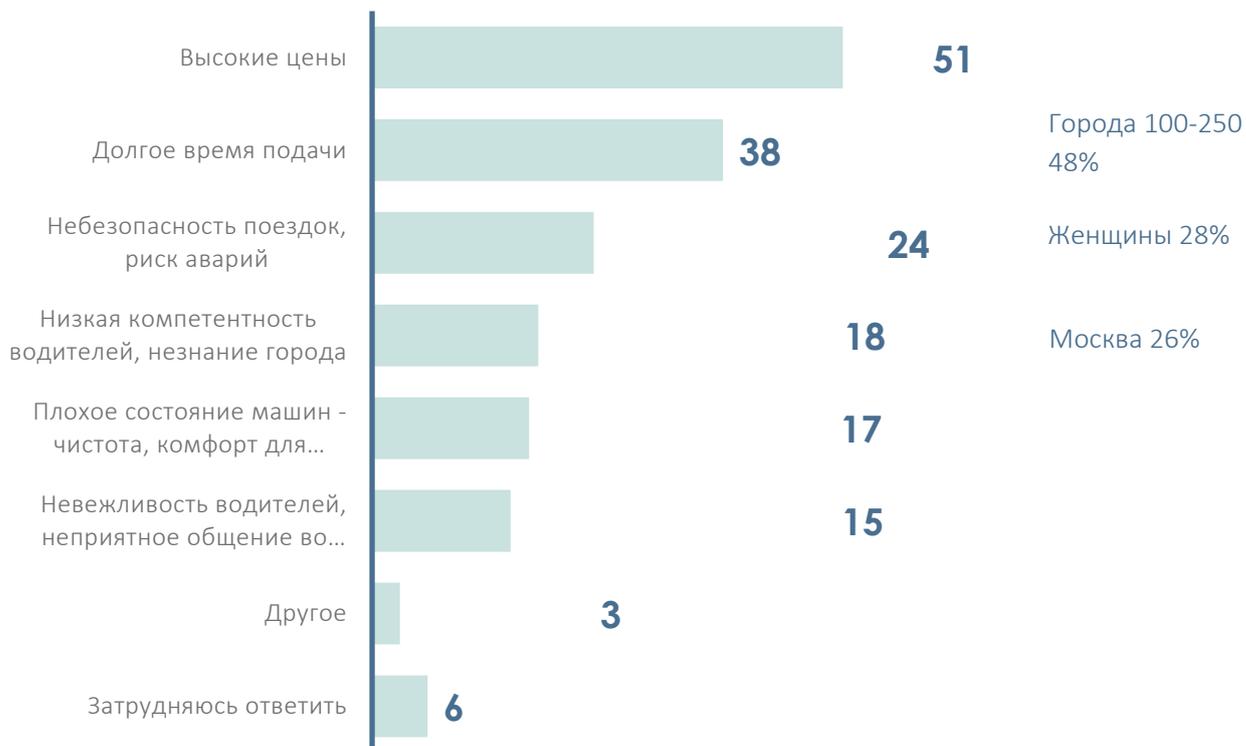


БЕЗОПАСНОСТЬ И КОМФОРТ

Помимо цен и скорости подачи (наиболее актуальной в небольших городах), к первоочередным запросам относятся безопасность и квалификация водителей. Города с высоким миграционным притоком (Москва, в первую очередь) заметна большая озабоченность потребителей низкой компетентностью водителей, незнанием города.

Что больше всего беспокоит вас, вызывает недовольство, дискомфорт в том, как работают сегодня службы такси в вашем городе? Выберите максимум 2 варианта

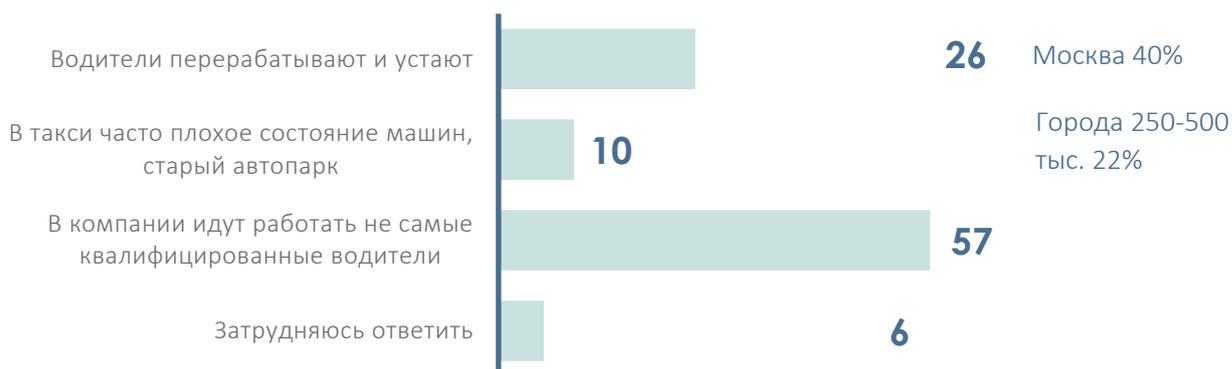
(% опрошенных)



Эти два аспекта в восприятии потребителей взаимосвязаны. Небезопасность поездок, в первую очередь, связывается с низкоквалифицированными водителями. В Москве значительно чаще риски аварийности связывают с усталостью и переработками.

Если вас беспокоит небезопасность поездок, то с чем вы ее связываете в первую очередь? Выберите главную причину

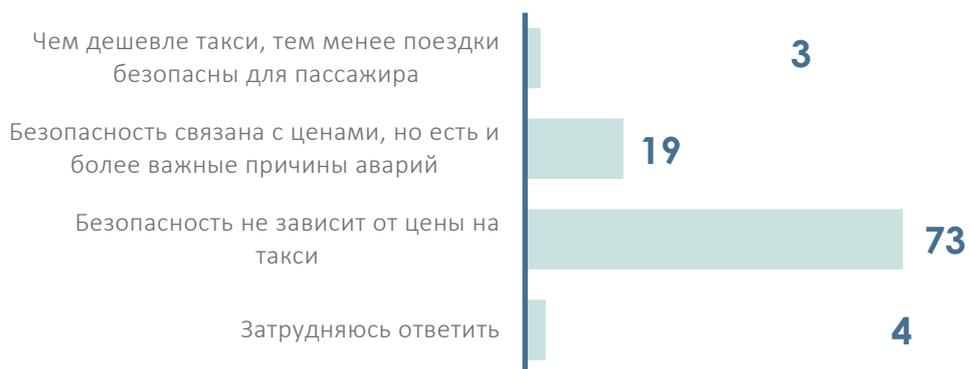
(% опрошенных)



При этом потребители, в основном, не связывают уровень безопасности с ценами. Хотя последние напрямую влияют на кадровый состав водителей и переработки.

С каким мнением вы больше согласны?

(% опрошенных)



Особенность рынка такси – аккумуляция рабочей силы из других областей. Число водителей, особенно, с приходом агрегаторов, пополняется сразу из нескольких источников: желающие подработать в свободное от основной работы время, сокращенные или переведенные на неполную рабочую неделю, мигранты. **С ухудшением экономической ситуации одновременно растет ценовое давление со стороны потребителя и усиливается конкуренция между водителями. Это также может приводить к снижению безопасности на дорогах.**