

некоторые из них оказывают наибольшее и непосредственное влияние, а какие-то влияют лишь косвенно и с малой силой.

В итоге мы можем четко выделить именно те драйверы, которые мы наблюдали в нашем исследовании. Это спортивный разряд спортсмена, взаимоотношения с тренером, наличие объектов спортивной деятельности и спонсирование легкой атлетики. В меньшей степени на спортсменов оказывает влияние их обучение в Училище Олимпийского Резерва.

Что касается барьеров адаптации легкоатлетов, то здесь нами были выделены физическая форма спортсменов и отсутствие материального обеспечения, а также их самооценка своего спортивного потенциала, в который входят неуверенность в себе, неумение реализовывать цели на соревнованиях, неудовлетворенность своими достижениями, низкий уровень подготовки на тренировках и соревнованиях.

*Трохова Я.И.
г. Екатеринбург*

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ТАКСИ-СЕРВИСОВ

Потребительское поведение зачастую рассматривается как элемент экономического поведения, и его изучение редко выходит за пределы экономического анализа. Однако, рассматриваемое как междисциплинарное понятие, в обществе существует несколько подходов к изучению потребительского поведения, среди которых одну из наиболее значимых ролей в его изучении играет сегодня социологический подход. Это объясняется, в первую очередь, тем, что потребительское поведение становится творческой деятельностью, приобретая культурный аспект, а также тем, что предпочтения и внутренние характеристики самого потребителя оказывают прямое влияние на выбор им определенных товаров и услуг [5, с. 85].

В условиях активного развития современного общества все чаще появляются новые потребительские практики, которые экономят время людей и оптимизируют процессы потребления услуг. Одним из таких примеров является развитие рынка электронных такси-сервисов [7]. Технология электронных служб такси позволяет оптимизировать собственное время человека, используя удобство предоставляемой услуги.

Такси как неотъемлемый элемент современного города, сегодня приобретает новые формы, связанные с развитием информационных

технологий и, в условиях современного городского ритма жизни, становится особым рынком, играющим важную роль для современного потребителя.

Появление на рынке мобильных агрегаторов такси обусловило значительные изменения рынка такси услуг. Прежде всего, изменения вызвали повышение уровня качества обслуживания, а также доступные цены за услугу и повышение уровня комфорта в поездке [6, с. 278]. Рынок электронных такси-услуг позволил оптимизировать работу всех элементов, участвующих в реализации главной функции данного рынка (обслуживание клиентов), и упростить процесс пользования услугой вызова такси.

Однако, несмотря на высокий уровень обслуживания, сегодня актуальной становится проблема интересов потребителей на рынке услуг. Потребители сегодня ожидают от такси-сервисов высокий уровень качества, и, в зависимости от совпадения ожиданий и представлений потребителя с реальной практикой, у индивидов может появиться чувство неудовлетворенности, незащищенности и риска [2, с. 192].

В условиях современного российского общества, в котором происходят экономические и политические изменения, возрастает количество социальных рисков и страхов [1, с. 58]. Это связано, прежде всего, с развитием информационных технологий, социальной нестабильностью, а также неготовностью части населения к нововведениям.

Рассматривая неопределенность для российского потребителя, социолог И. В. Василенко говорит о том, что неопределенность начала формироваться в период 90-х гг. XX века, когда появилась некая социальная свобода и мощное наступление рыночной индустрии. Это способствовало возникновению у потребителей внутренней нестабильности, появлению страхов относительно социальной действительности и новых технологий, которые сегодня приобретают информационный характер. Большая часть потребителей, в условиях современного общества, не обладает полноценным знанием об услуге, в частности, электронных такси-сервисов, что также рождает потребительскую неопределенность.

Так, по оценкам потребителей и их отзывам в наиболее популярных агрегаторах Uber и Яндекс.Такси сегодня к основным социальным страхам, неудовлетворенности потребителями качества услуги относятся: отказы водителей от поездки, плохое знание города водителем и следование только по навигаторам (ведущее к увеличению продолжительности поездки), грубость водителей, машина ненадлежащего вида, а также угроза жизни и здоровья пассажира. Также к социальным страхам потребителей относится,

дискриминационный страх, вызванный отказом вести пассажира в состоянии алкогольного опьянения или человека другой национальности [8]. Это оказывает влияние на стремление рынка такси услуг снизить размытые представления о принципах работы посредством создания объективного мнения о водителях такси-сервисов, качестве обслуживания через создание реальных отзывов о таксистах в такси-агрегаторах.

Таким образом, потребительское поведение на рынке электронных такси-сервисов приобретает новые формы. Появление на рынке такси электронных агрегаторов позволило упростить процесс заказа услуги, повысив качество обслуживания и введя системы безопасности для пассажира. Переход потребителей на пользование данными сервисами говорит о трансформации таксомоторного рынка и успешной реализации его в новой форме. Однако, развитие агрегаторов, направленное на повышение безопасности поездки, прозрачности функционирования данного рынка, получает в обществе и отрицательные оценки. Потребители, вовлекаясь в практики новой такси-услуги, сегодня отмечают неопределенность рынка, т.е. неполноту информации о принципах его работы.

Такси-агрегаторы сегодня являются новым явлением, которое порождает неполноту знаний у потребителя относительно принципов работы и безопасности пассажира. Так, у потребителей возникают социальные страхи, связанные с безопасностью в поездке, уровнем комфорта и ценовой стабильностью.

Библиографический список:

1. *Акулич М. М.* Социологическое изучение социальных рисков: история и современность / М. М. Акулич // Вестник Тюменского государственного ун-та. 2008. № 3. С. 55-62.
2. *Иванова В. А.* Массовая тревожность россиян как препятствие интеграции общества / В. А. Иванова, В. Н. Шубкин // Социологические исследования. 2005. № 2. С. 22-28.
3. *Иванникова Е. Д.* Социологическая интерпретация понятия «социальный риск» / Е. Д. Иванникова // Вестник Ставропольского государственного ун-та. 2009. № 8. С. 190-195.
4. *История* появления и развития услуг такси // Дилетант: исторический журнал для всех. 2012. № 5. С. 23-30.
5. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: учебник / Ф. Котлер. Москва: изд. дом «Вильямс», 2007. 656 с.

6. Флигстин Н. Экономическая социология. Новые подходы к институциональному и сетевому анализу: учебник / Н. Флигстин. Москва: Изд-во Российская политическая энциклопедия, 2002. 492 с.

7. Рынок такси в России [Электронный ресурс] // Информационное агентство России ТАСС. Режим доступа: <https://www.google.ru/amp/tass.ru/info/4412428/amp>

8. Uber и Gett нарушают права потребителей [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/10/25/662238-uber-gett-narushayut>

Трубина Е.А.

г. Екатеринбург

ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОДРОСТКОВ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

В последнее время участились случаи преступлений в подростковой среде. Девиантное, отклоняющееся от социальных норм, поведение приобрело массовый характер и быстро привлекло внимание различных специалистов, в том числе и социологов. Одним из первых исследователей в данной области был французский социолог Э. Дюркгейм (Самоубийство, 1897), создатель «Теории аномии (безнормности)». Вслед за ним подобные теории выдвигали и американские исследователи С. Шоу и Д. Маккей. Идеи И. Коэна и Р. Мертона способствовали формированию этой отрасли как самостоятельного научного направления.

В широком смысле под девиантным поведением понимаются поступки, действия человека, не соответствующие официально установленным или же фактически сложившимся в данном обществе (социальной группе) нормам и ожиданиям, а также социальное явление, выражающееся в относительно массовых и устойчивых формах человеческой деятельности, не соответствующих официально установленным, цивилизованным или же фактически (исторически) сложившимся в обществе нормам и ожиданиям. В узком смысле – это отклоняющееся (от правовых, нравственных норм) поведение [2, с.18-19].

В зависимости от способов взаимодействия с реальностью и нарушения тех или иных норм общества девиантное поведение разделяется на пять типов: делинквентное (нарушение юридических норм, преступное поведение), аддиктивное (саморазрушение путем ухода от реальности), патохарактерологическое (патологические изменениями характера,