

Каршеринг: факторы развития и ограничения модели совместного потребления

Научный руководитель – Бузгалин Александр Владимирович

Шпилевая Ангелина Евгеньевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра политической экономии, Москва, Россия

E-mail: angelina.shpilevaya@gmail.com

Развитие цифровых технологий, доступность онлайн сервисов и укрепление горизонтальных связей в обществе привело к распространению новой экономической бизнес модели, получившей название «совместное потребление». По прогнозам компании PwC ключевые сектора, базирующиеся на модели совместного потребления (аренда жилья, каршеринг, потоковая передача музыки и видео и др.) могут увеличить мировые доходы примерно до \$335 млрд к 2025 году, что в 20 раз больше, чем в 2016 году.

Одним из таких ключевых секторов является каршеринг. На экономику совместного потребления возлагаются большие надежды в области развития транспорта. Альтернативу личному транспорту сегодня представляет не только общественный транспорт, но и сервисы каршеринга, райдшеринга и велшеринга. Происходит медленный переход от статусного потребления к экономике впечатлений, большей гибкости и высокой мобильности.

В частности, одним из мировых лидеров в области развития каршеринга является Москва: в 2019 году столица занимала второе место в мире по количеству автомобилей после Токио. Автопарки каршеринг-операторов продолжают расти несмотря на то, что этот бизнес является убыточным. Согласно данным СПАРК, в 2018 г. убыток компаний «Яндекс.Драйв», «Каршеринг Россия», «Энитайм» и «Новые транспортные системы» составил — 550,6 млн руб, 362 млн руб., 294 млн руб. и 82,2 млн соответственно. Продолжает развиваться велшеринг в Китае, хотя еще ни один из китайских операторов не получил прибыли, несмотря на большие инвестиции.

В связи с этим возникает ряд вопросов, касающихся причин взрывного роста перечисленных сервисов, дальнейших перспектив развития сектора и его границ. На основании данных национального обследования домашних хозяйств в США выявлены ключевые социально-экономические факторы развития альтернативных видов транспорта на базе совместного потребления, а также ограничения новой бизнес-модели; проанализированы демографические, институциональные, экологические факторы, определяющие готовность людей отказаться от частной собственности на автомобиль и перейти к совместному потреблению. На основе изучения опыта США сформулированы характеристики и поведенческие особенности пользователей сервисов каршеринга и велшеринга.

Источники и литература

- 1) Jiao J., Bischak C., Hyden S. The impact of shared mobility on trip generation behavior in the US: Findings from the 2017 National Household Travel Survey //Travel Behaviour and Society. – 2020. – Т. 19. – С. 1-7.
- 2) Liao F. et al. Carsharing: the impact of system characteristics on its potential to replace private car trips and reduce car ownership //Transportation. – 2018. – С. 1-36.

- 3) Mishra G. S. et al. Addressing the joint occurrence of self-selection and simultaneity biases in the estimation of program effects based on cross-sectional observational surveys: case study of travel behavior effects in carsharing //Transportation. – 2019. – Т. 46. – №. 1. – С. 95-123.
- 4) Namazu M., Zhao J., Dowlatabadi H. Nudging for responsible carsharing: using behavioral economics to change transportation behavior //Transportation. – 2018. – Т. 45. – №. 1. – С. 105-119.
- 5) Wappelhorst S. et al. Flexible carsharing—Potential for the diffusion of electric mobility //Markets and Policy Measures in the Evolution of Electric Mobility. – Springer, Cham, 2016. – С. 67-84.
- 6) Ceccato R., Diana M. Substitution and complementarity patterns between traditional transport means and car sharing: a person and trip level analysis //Transportation. – 2018. – С. 1-18.
- 7) Ciari F., Weis C., Balac M. Evaluating the influence of carsharing stations' location on potential membership: a Swiss case study //EURO Journal on Transportation and Logistics. – 2016. – Т. 5. – №. 3. – С. 345-369.
- 8) Duncan M. The cost saving potential of carsharing in a US context //Transportation. – 2011. – Т. 38. – №. 2. – С. 363-382.
- 9) Juschten M. et al. Carsharing in Switzerland: identifying new markets by predicting membership based on data on supply and demand //Transportation. – 2019. – Т. 46. – №. 4. – С. 1171-1194.
- 10) Lee J. B. et al. Correlation between optimal carsharing locations and carbon dioxide emissions in urban areas //International Journal of Environmental Science and Technology. – 2014. – Т. 11. – №. 8. – С. 2319-2328.