

## **Коммерческий и некоммерческий каршеринг в Сибири: агенты и принципы экономики совместного потребления**

**Научный руководитель – Ечевская Ольга Геннадьевна**

*Макаревич С.К.<sup>1</sup>, Симоненко А.С.<sup>2</sup>*

1 - Новосибирский государственный университет, Экономический факультет, Новосибирск, Россия, *E-mail: rexbringer12@gmail.com*; 2 - Новосибирский государственный университет, Экономический факультет, Новосибирск, Россия, *E-mail: a.simonenko@ngs.ru*

В эпоху вездесущего капитализма и процветания общества потребления рынок продолжает развиваться. Возникают новые тенденции в развитии экономических отношений. Традиционный бизнес с его масштабными производящими и сбытовыми мощностями ощущает присутствие необычного конкурента. Возникает новая социально-экономическая модель рынка, основанная на коллективном пользовании товарами и услугами, что изменяет отношение таких потребителей к собственности и к самому процессу потребления. Такая рыночная модель называется Sharing Economy, что переводится на русский как экономика совместного потребления или же совместная экономика. На самом деле, такая модель рынка как идея — не нова, можно вспомнить знакомые многим пункты проката видео-кассет. Тем не менее, в настоящее время этот формат потребления товаров и услуг приобретает совершенно иные формы и расширяет пространство своего функционирования: это и совместные оптовые закупки граждан, и обмен домами на время отпуска, и совместные поездки «по пути», обмен частных лиц вещами или услугами — и это еще не все — вариантов множество. [2]

Совместная экономика развивает новые взаимоотношения между людьми. При наличии доверия и к незнакомым людям, и к набору сервисов и электронных приложений, агенты такой рыночной модели могут позволить себе не только сэкономить собственные средства, но и уменьшить потребление определенной группы товаров, упростить процесс приобретения необходимых продуктов, увеличить количество социальных контактов и, так или иначе, улучшить состояние окружающей среды.

Экономика совместного потребления развивается во многих областях. Одной из самых популярных сфер является каршеринг — от англ. car sharing — что означает, что хозяин машины делится ею с кем-то еще. [1]

Авторами этой работы исследованы такие разновидности каршеринга, как краткосрочная аренда автомобиля (каршеринг или коммерческий каршеринг) и совместное пользование транспортным средством в поездках на дальние расстояния (райдшеринг или некоммерческий каршеринг).

Данное исследование направлено на выявление основных принципов коммерческого и некоммерческого каршеринга, а также описание характеристик агентов совместного использования транспортных средств (социально-демографический портрет пользователя, его компетенции и мотивы участия).

Теоретический объект исследования — каршеринг как пример экономики совместного потребления. В качестве предмета исследования выступают характеристики и компетенции агентов каршеринга как примера экономики совместного потребления, а также принципы каршеринга.

Цель исследования — выявить и описать принципы функционирования каршеринга как примера совместной экономики, а также характеристики и компетенции агентов совместной экономики на примере каршеринга в Сибири.

Также были поставлены следующие задачи:

- 1) Выявить принципы функционирования экономики совместного потребления на примере каршеринга в Сибири.
- 2) Описать социальный портрет и компетенции агентов каршеринга.
- 3) Определить мотивы и формы участия агентов в каршеринге.

Для достижения поставленной цели и ответа на исследовательские вопросы использованы данные, полученные в результате реализации стратегии обоснованной теории. На основании результатов анализа созданы портреты агентов экономики совместного потребления транспортных услуг, выявлены их компетенции и принципы совместного использования транспортных средств.

### **Источники и литература**

- 1) Головецкий Н. Я. Фундаментальные основы экономики совместного потребления / Головецкий Николай Яковлевич, Гребеник Виктор Васильевич // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2017. №4 (23).
- 2) Кузьмина Т. В. Социокультурный футурологический феномен совместного потребления: причины возникновения, признаки, эффекты / Кузьмина Татьяна Валерьевна // Манускрипт. 2017. №9 (83).