

**Каршеринг в Москве: пользовательские перспективы и тренды экономики совместного потребления**

**Научный руководитель – Гребенюк Александр Александрович**

***Макаревич София Константиновна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия  
*E-mail: rexbringer12@gmail.com*

Sharing Economy или Экономика совместного потребления - экономика, основанная на возможном доступе и последующем пользовании благом, но не владении данным активом. Авторы концепции описывали её, как «стремительный взрыв в обмене, разделении, бартере, торговле и сдаче в аренду, переделанный с помощью последних технологий и обменных торговых площадок, позволяющий достигнуть масштаба, который не был возможен ранее» [п3]. Шеринговая экономика является отнюдь не новой концепцией, однако именно благодаря интернету она приобрела такой масштаб, что её стали воспринимать в качестве конкурента привычной экономической модели.

Одной из самых популярных сфер развития экономики совместного потребления стала сфера транспорта: аренда автомобиля с водителем, каршеринг, райдшеринг, карпулинг, - все это является формами коллаборативного потребления транспортных средств.

В реалиях Российской Федерации задача распространения практик совместного потребления транспортных услуг представляется особенно актуальной для Москвы, как для одного из крупнейших мегаполисов мира, численность населения которого превышает 12,5 миллионов человек. Правительство города постоянно ищет решения проблемы перегрузки автомобильных дорог, и именно каршеринг - действительно позволил сократить нагрузку на транспортную сеть столицы.

Каршеринг - сервис, который предоставляет собственным клиентам легковые автомобили во временное коллективное пользование. Carsharing происходит из сочетания двух слов car и share, - «машина» и «делиться», - значения которых хорошо поясняют суть этого бизнеса [п1].

В столице первый каршеринговый сервис был запущен ещё в 2013 году, но серьезно развиваться этот бизнес стал лишь осенью 2015 года вместе с запуском проекта «Московский каршеринг», который предоставил льготные условия для парковки в центре города, а также в столичных аэропортах. Кроме того, в рамках данного проекта городское правительство стало субсидировать лизинговые и кредитные платежи. Однако, не только стимул в виде бесплатной парковки и сокращения затрат на техническое обслуживание собственного автомобиля способствовал быстрому развитию культуры каршеринга. Этому способствовала ещё и высокая численность и плотность населения, и тот факт, что изначально процент людей с правами и навыком вождения автомобиля был немаленьким [п2].

На сегодняшний день российские каршеринговые компании активно развиваются и стремительно разрастаются, увеличивая количество предлагаемых услуг. Разрабатываются новые тарифы (поминутная оплата / фиксированный тариф), предлагаются разнообразные автомобили (легковые / грузовые, В-класса или более высокого класса) с высокими стандартами (экологический класс не ниже 4, оборудование автомобиля системой GPS, наличие полиса ОСАГО, возраст автомобиля не более одного года и другие).

Однако, что ждёт пользователей каршеринга в Москве? Будет ли развиваться «народный» каршеринг или массовый коммерческий каршеринг? Возникнет ли каршеринг для людей с ограниченными возможностями? Изменится ли соотношение пользователей-мужчин и пользователей-женщин? Является ли каршеринг реальной угрозой для личного автомобиля?

Так, теоретическим объектом исследования является московский каршеринг. В качестве предмета исследования выступают тренды и перспективы московского каршеринга для пользователей. Эмпирический объект исследования - пользователи каршеринга в г. Москва.

Цель исследования - выявить тренды и перспективы каршеринга для пользователей в г. Москва. В соответствии с поставленной целью были выдвинуты исследовательские вопросы и поставлены следующие задачи:

1. Проанализировать текущую ситуацию на рынке каршеринговых услуг в г. Москва.
2. Выделить особенности текущей ситуации на рынке каршеринговых услуг в г. Москва для пользователей этими услугами.
3. Выделить тренды и тенденции для пользователей каршеринга в г. Москва.

Итак, для достижения поставленных задач и ответа на исследовательские вопросы использованы данные, полученные в результате реализации поисковой исследовательской стратегии. Такая стратегия подразумевает концентрацию внимания на процессе возникновения и развития изучаемого феномена путем анализа разнохарактерной информации.

На основании результатов анализа выделены тренды и перспективы для пользователей каршеринга в г. Москва.

#### **Источники и литература**

- 1) Москаленко А. Коллективный транспорт // Бизнес-журнал. 2016. №9 (244).
- 2) Посыпкина А., Баленко Е., Балашова А. Как рынок каршеринга в Москве оказался самым быстрорастущим / РБК: Технологии и медиа. 2018.
- 3) Botsman R., Rogers R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: HarperBusiness, 2010.