

МЕНЕДЖМЕНТ: СОВРЕМЕННЫЙ РАКУРС

Вестник МИРБИС : международный научно-практический журнал. ISSN 2411-5703. URL: <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (22) 2020, DOI: 10.25634/MIRBIS.2020.2

Ссылка для цитирования: Черников, С. Ю. Место электромобилей на современном рынке каршеринга России / С. Ю. Черников // Вестник МИРБИС. 2020. № 2 (22). С. 71–79. DOI: 10.25634/MIRBIS.2020.2.8

Дата поступления 30.04.2020 г.

УДК 338.467

Сергей Черников¹

МЕСТО ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ КАРШЕРИНГА РОССИИ

Аннотация. В последние несколько десятилетий в мире получила широкое распространение концепция «экономики совместного пользования», которая в силу различных социальных и экономических причин, а также с появлением параллельного виртуального мира информационных технологий, явилась следствием смещения акцента в среднем классе развитых стран с концепции «владения вещами» на «пользование инфраструктурой». Эта концепция продемонстрировала особенно сильный рост в сфере совместного пользования недвижимостью и автомобилями. Сервисы краткосрочной аренды автомобилей были очень созвучны планам большинства правительств по созданию новых альтернативных вариантов городского транспорта, что дополнительно подстегнуло его развитие через предоставление многочисленных субсидий и других форм государственной поддержки.

Данная работа была посвящена изучению современного состояния рынка каршеринга в России и места на нём достаточно экзотического для отечественного авторынка продукта — электромобилей. Рынок каршеринга России еще весьма молод и находится на стадии формирования, хотя и на её завершающем этапе. Выявлены главные отличительные особенности российского рынка, а также изучены главные барьеры и позитивные изменения на пути распространения в данных сервисах электромобилей.

Ключевые слова: экономика совместного пользования, шеринг экономика, каршеринг, электромобили, российский рынок.

JEL: M21

¹ **Черников Сергей Юрьевич** — кандидат экономических наук, доцент. Российский университет дружбы народов (РУДН). Москва, Россия.
E-mail: chernikov.rudn@gmail.com. ORCID 0000-0001-7524-4438; Scopus AuthorID: 57191344141; РИНЦ AuthorID: 738615.

Введение

Экономика совместного пользования или, как её по-другому называют, «долевая экономика» безусловно является одним из экономических трендов последнего десятилетия. С появлением современного потребительского общества всё больше распространялась модель консьюмеризма, основанная на стимулировании обладания массой товаров в собственности. Однако в последние десятилетия в силу различных социальных и экономических причин, а также с появлением параллельного виртуального мира информационных технологий, акцент в среднем классе развитых стран начал смещаться с концепции «владения» на «пользование». На сегодняшний день прямой обмен вещами и услугами приобрёл мировые масштабы и получил распространённое название «sharing economy» [Votsman 2010]. Главная идея совместного потребления имеет довольно простой базис — зачастую людям проще и дешевле взять тот или иной продукт в аренду

на необходимый срок, чем заплатить полную стоимость за возможность иметь к нему перманентный доступ, и он будет простаивать или «пролёживать» большую часть своего жизненного цикла.

На определённом этапе своего развития сервисы экономики совместного пользования росли на 20–40 % в год в соответствии с общим трендом на так называемую «уберизацию» экономики (т. е. замены посредников цифровыми платформами). В развитых странах достаточно распространены платформы для временной аренды спортивных товаров, велосипедов, строительных инструментов, квартир, дач, свадебных платьев, книг и других товаров с поминутной/почасовой или посуточной оплатой (порою даже бесплатно). При этом наиболее высокий оборот в денежном выражении наблюдается в двух ключевых сферах экономики совместного потребления — краткосрочная аренда (или «шеринг») жилья и автомобилей.

При этом в силу высокой роли доверия в данной бизнес модели, большую роль играет исследование рынков и организация продвижения маркетинговыми методами. Безусловно, в силу специфики отрасли, последние несколько видоизменяются и смещаются в сторону большего акцента на персонафикацию, сторителлинг и апелляцию к эмоциональным ценностям взаимопомощи и эффективности. Это связано с ключевыми недостатками данной экономической модели [Экономика совместного потребления 2017] — сложности верификации благонадёжности контрагента, ограничений мировоззрения целевой аудитории, низкой (в подавляющем большинстве разновидностей бизнеса) рентабельности, сложности обеспечения баланса поставщиков и потребителей на платформах и т. д.

Более активное развитие именно краткосрочной аренды автомобилей (каршеринга) как раз связано с большей простотой и определённой «маркетинговой прозрачностью» этого подвида экономики совместного пользования. Каршеринг первоначально появился как следствие перегруженного трафика, высоких цен на парковку и дороговизны владения собственным автомобилем, которая, в свою очередь, растёт с каждым годом. Главное отличие от классической модели аренды автомобиля заключается в том, что договор на временное владение транспортным средством крайне непродолжительный, и может исчисляться минутами. Соответственно, потребитель платит только за время, которое он провёл в пути без необходимости платить за парковку, бензин, страховку и обслуживание автомобиля, а также налоги. Все эти элементы уже заложены в стоимость аренды. При этом термин включает в себя несколько различных бизнес-моделей: собственно каршеринг (аренда машины), сетевые агрегаторы такси и «карпулинг» (совместное одновременное использование автомобиля в случае поездки в одинаковом направлении).

В мире модели каршеринга шире всего представлена в США, Германии, Великобритании и Франции. Так, в США популярностью пользуются peer-to-peer (объединение водителей, которые сдают в аренду личный транспорт) и station-based модель. Последняя популярна и в азиатских странах. Европа тяготеет к модели free-floating, когда автомобиль можно брать в аренду на время от одной минуты до нескольких дней и оставлять в

любом, разрешенном для парковки месте (в зонах, которые установлены операторами) [Будущее каршеринга... 2019].

В России первый оператор каршеринга появился в Москве (сервис Anytime) вскоре после введения в 2013 г. платной парковки. Но по-настоящему рынок московского каршеринга стал развиваться осенью 2015 г., когда при поддержке столичных властей был запущен проект «Московский каршеринг», в рамках которого компании смогли приобретать льготные разрешения на парковку в столице. В августе 2015 г. правительство Москвы выпустило постановление, снизив плату за парковку для каршеринговых компаний до 60 тыс. руб. за три года.

В 2018 г. цена такого разрешения для владельцев сервисов составляла уже 24 тыс. руб. в год для одной машины. Обычному владельцу автомобиля годовой абонемент в 2018 г. обходился в сумму до 300 тыс. руб. При стоимости парковки 100–200 руб. в час для личного автомобиля сутки парковки будут стоить 2,4–4,8 тыс. руб., а для оператора каршеринговой машины — всего 65–82 руб. в сутки. При этом для пользователей сервисов парковка бесплатна [Sharing economy 2018; Сюткина 2019].

Естественно, каршеринг в основной своей массе распространился в мегаполисах. Если говорить конкретно про Россию — в первую очередь, в Москве и Санкт-Петербурге, а затем на крупные города Краснодарского края с располагающим климатом — Сочи и Краснодар.

Таблица. Города, в которых доступен сервис каршеринга

Регион	Доля, %	Среднее количество поездок, совершённых одним пользователем в месяц	Средняя стоимость поездки, руб
Москва и МО	84,59	33	256,9
Санкт-Петербург и ЛО	8,35	21	296,1
Свердловская область	1,09	13	231,9
Краснодарский край	0,98	18	272,5
Самарская область	0,81	14	243,5
Республика Башкортостан	0,78	18	183,6
Нижегородская область	0,72	16	228,7
Новосибирская область	0,50	12	283,9
Ростовская область	0,37	20	272,2
Ставропольский край	0,28	21	263,9

Регион	Доля, %	Среднее количество поездок, совершённых одним пользователем в месяц	Средняя стоимость поездки, руб
Прочее	1,52	18	259,8

Источник: Обзор автомобильного рынка России в первом полугодии 2018 года и перспективы развития. Текст: электронный. URL: <https://www.pwc.ru/ru/assets/auto-press-briefing-05-09-2018.pdf> (дата обращения 01.12.2019).

На конец 2019 года в России функционировало уже 25 операторов каршеринга в 23 городах (из них 10 — в Москве) с общим числом более 25 тыс. автомобилей.

Популярность данного сервиса (безусловно, до текущих событий связанных с коронавирусными мероприятиями), росла в геометрической прогрессии. По статистике Ассоциации электронных коммуникаций, число совершенных по Москве поездок всех пользователей в совокупности с 2017 по 2018 год возросло более чем в три раза — с 12 миллионов до 37. А выручка компаний в 2018 году составила 13 миллиардов рублей, что в 2,5 раза больше, чем в 2017¹. В 2017 г. каршеринговый парк только в Москве составлял менее 2000 автомобилей, в 2018 г. он составил 4,5 тыс., в 2019 г. — уже 16,5 тыс. При этом показатели второго по величине рынка — Санкт-Петербурга — гораздо скромнее и составляют около 3 тыс. автомобилей.

На текущий момент 85 % рынка занимают следующие компании — Яндекс.Драйв (21 000 автомобилей), Delimobil (12 000 автомобилей), BelkaCar (5 000) и YouDrive (2 500)².

По данным Сбербанка, если в декабре 2017 г. 51,6 тыс. россиян тратили на кратковременную аренду автомобиля 295,3 млн руб. в месяц, то в декабре 2018 г. число выросло до 228,8 тыс. человек. А их совокупные расходы на каршеринг составили 951,5 млн руб. В январе 2019 г. эта цифра превысила 1 млрд руб.

В конце 2019 года на одну машину каршеринга в столице приходилось 7–8 поездок в день. В

марте 2019 г. стоимость аренды автомобиля в среднем составляла от 6 до 10 рублей в минуту в зависимости от выбранного оператора [Кирова 2019]. За 2018–2019 гг. аудитория пользователей сервиса достигла 1 млн человек и продолжала расти на 12–15% в месяц. По данным Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры, в столице почти миллион человек пользуется каршерингом регулярно, 54 процента — несколько раз в неделю и 21 процент — хотя бы раз в месяц. 84 процента пользователей добираются на арендованном авто на работу или используют во время коротких поездок³.

Типичный активный пользователь — москвич 21–35 лет, ежемесячно совершающий 7–19 поездок на автомобилях двух-пяти компаний и затрачивающий при этом 1 942–4 617 руб. Новые пользователи, обычно молодежь 18–20 лет или люди старше 41 года, совершают четыре-шесть поездок на автомобилях одной-двух компаний и тратят до 1 660 руб. в месяц. К этой категории относятся в основном клиенты из Петербурга, Башкортостана, Свердловской, Самарской, Новосибирской, Нижегородской областей и Краснодарского края. Эти данные в целом совпадают с другим масштабным исследованием аудитории каршеринга, проведённым компанией РБК.

Московские власти активно поддерживают развитие каршеринга. В Москве зарегистрировано около 7 млн личных автомобилей, и ежедневно около 40 % из них используются для поездок. Предполагается, что в перспективе благодаря каршерингу это число может сократиться в 2–3 раза. По расчётам, пересаживаясь на каршеринговую машину, автомобилист может сэкономить от 4 до 10 % своих затрат, так как, по данным департамента транспорта Москвы, до 70 % зарегистрированных пользователей московского каршеринга имеют личный автомобиль и 45 % водителей для передвижений по городу готовы отказаться от личного автомобиля в пользу каршеринга.

1 Обзор автомобильного рынка России в первом полугодии 2018 года и перспективы развития. Текст: электронный. URL: <https://www.pwc.ru/ru/assets/auto-press-briefing-05-09-2018.pdf> (дата обращения 01.04.20)

2 По данным специализированного сайта Truesharing.ru. Текст: электронный. URL: <https://truesharing.ru/carsharing/> (дата обращения 05.05.20)

3 Машина напрокат: в 2020 году автопарк каршеринга Москвы увеличится до 30 тысяч автомобилей. Текст: электронный. // Официальный сайт Мэра Москвы, 27.03.2019. URL: <https://www.mos.ru/news/item/53039073/> (дата обращения 05.05.20).

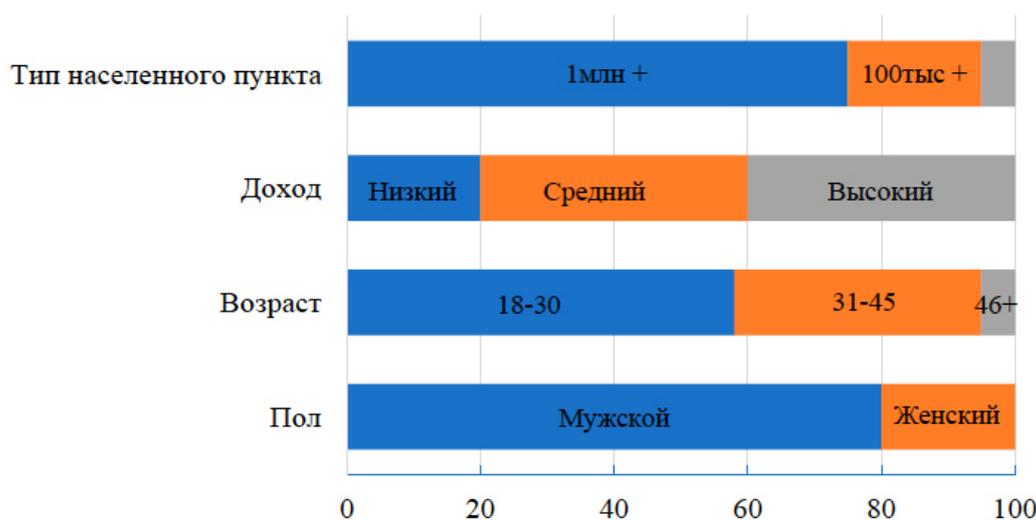


Рис. 1. Портрет российского потребителя услуги каршеринга

Источник: Исследование *Sharing economy 2018* Текст : электронный. URL: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf> (дата обращения 01.04.20).

С точки зрения потребителей, согласно исследованию Сбербанка¹, в Москве пользователи каршеринга совершили в среднем 33 поездки в год, в Петербурге и Ленинградской области — 21 поездку. Как правило, в других регионах, где есть каршеринг, россияне совершают 18 поездок в год. Типичный пользователь тратит на каршеринг 3469 руб. в месяц, средняя цена его поездки — 260 руб.

При этом среди каршеринговых компаний России нет ни одной безубыточной. Так, по данным некоторых экспертов [Сюткина 2019], чистый убыток «Яндекс.Драйва» в 2018 году составил более 550 млн рублей, у компании «Каршеринг Россия» (бренд «Делимобиль») — почти 259 млн рублей, а у компании «Каршеринг» (BelkaCar) — около 386 млн рублей. Это свидетельствует о формирующемся характере рынка каршеринга России и о возможной инвестиционной фазе его развития. Тем не менее, уже очерчиваются контуры будущей олигопольной структуры, при которой более мелкие игроки смогут удержаться на плаву только если сосредоточатся на нишевых продуктах. Крупные же игроки в силу платёжеспособности рынка не в состоянии кардинально поднимать тарифы, в силу чего вынуждены будут привлекать потребителей дополнительными предложениями.

Одно из наиболее популярных предположе-

¹ Рынок каршеринга в России // Сбербанк, 2019. Текст : электронный. URL: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/analytics/car_28_19.pdf (дата обращения 01.04.20).

ний о дальнейших перспективах развития как крупных, так и нишевых игроков состоит в развитии парка электромобилей как интересному и трендовому ценностному предложению. Первопроходцем в этом направлении выступил один из лидеров столичного рынка — компания YouDrive, которая появилась на рынке Москвы второй по счету после Anytime. Компания в целом сделала ставку на инновационность и яркий узнаваемый образ. Так, YouDrive первыми создали мобильное приложение и перешли к безбумажной регистрации в сервисе и подписанию договора, начали развивать сервис мобильной заправки Pump с дистанционным отслеживанием уровня топлива в автомобиле, внедрили дистанционный трекинг необходимости мойки и ремонта транспортных средств. Сейчас эти наработки используют и другие операторы каршеринга.

Отдельной визитной карточкой компании стал автопарк из более чем сотни автомобилей Mercedes Smart, который на тот момент был относительно новым для москвичей. Модель вызвала особый интерес потребителей, что дало толчок к развитию спроса на услуги каршеринга YouDrive. Далее компания ввела четырёхместные «Смарты» и несколько моделей Mercedes повышенного комфорта, заключила договор с российским дилером BMW, который предоставил 40 MINI Cooper и несколько моделей седанов BMW. Наконец, эта динамика привела к включению в модельный ряд BMW i3 — на тот момент единственному полностью электрическому автомобилю на рынке российского каршеринга. Позднее в

процесс включилась и компания Яндекс.Драйв, введя в свой автопарк небольшое количество электрокаров Nissan Leaf.

Основной причиной предположения о потенциальной востребованности этого направления каршерингового автопарка являются мировые тренды. В силу особенностей ядра целевой аудитории каршеринга (преимущественно средний класс в возрасте около 25–35 лет), считается, что они в своих ценностных предпочтениях интересуются экологическими проблемами.

Так, предполагается, что именно доля этой целевой аудитории отказываются от пластиковых пакетов в пользу многоразовых хлопковых или джутовых сумок, сортируют мусор на переработку и в целом интересуются возможностями снизить свой «экологический след». Кроме того, данная аудитория в целом является основным потребителем инновационных технологичных товаров и связанного с этим «престижа», что также является известным мотиватором при переходе на электромобили [Johnson 2018]. Мировой ры-

нок автомобилей также подвергается современным эко тенденциям и старается подстраиваться под конъюнктуру рынка. Крупные компании наподобие Volkswagen, Volvo и Toyota отметились заявлениями, что до 2030 года практически полностью прекратят производство автомобилей на бензиновых и дизельных двигателях внутреннего сгорания (ДВС) [Rauwald 2018]. Некоторые (европейские) официальные лица пошли ещё дальше, и декларируют, что в перспективе 10–40 лет запретят на государственном уровне использование двигателей внутреннего сгорания [Vetter 2017]. В число этих стран входят Франция, Великобритания, Норвегия, Германия и даже Индия.

При этом также считается, что развитие каршеринга электромобилей будет происходить с некоторым опережением по тем же трендам, преобладающими на рынке продаж этого вида транспорта в личное пользование. Некоторые исследовательские агентства регистрируют рост интереса к покупке электромобилей.

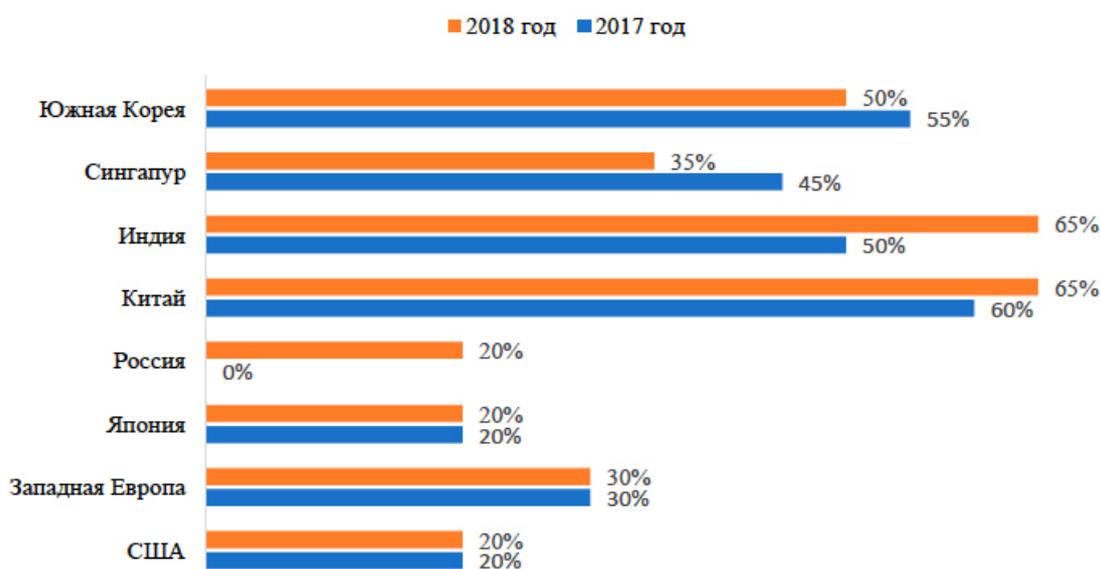


Рис. 2. Потенциальные покупатели электромобилей

Источник: по данным консалтинговой компании ROLAND BERGER Текст : электронный. URL: <https://www.autostat.ru/articles/37064/> (дата обращения 10.04.2020).

При этом, если обратиться к относительным показателям покупки автомобилей с двигателем внутреннего сгорания к электромобилям, то можно увидеть, что Россия находится на уровне Индии и пока не может идти вровень по показателям с Китаем, США или Западной Европой. Электромобили пока не вызывают большого интереса у российских автомобилистов: только 25 %

рассматривают возможность покупки машины с электроприводом в качестве следующего автомобиля. Среди всех опрошенных этот показатель 35 % (рост за полгода 5 %). Схожий интерес к электромобилям в Западной Европе: в Германии и Великобритании — 25 %, во Франции — 30 %. Но рынок электромобилей ЕС на один-два порядка выше российского в силу возраста и большего

развития инфраструктуры. Рынок же новых электромобилей в России пока находится в зачаточном состоянии, выбор моделей электромобилей минимален¹. При этом кроме отсутствия инфраструктуры потребители также отмечают другие

1 По данным консалтинговой компании ROLAND BERGER. Текст: электронный. URL: <https://www.autostat.ru/articles/37064/> (дата обращения 10.04.2020).

барьеры при покупке электромобиля — недостаточная история и опыт эксплуатации электромобилей на рынке, вследствие чего сложности в оценке потенциальных затрат на ремонт, непривычная конструкция с непредсказуемыми потенциальными проблемами, предубеждение против пользовательских характеристик.

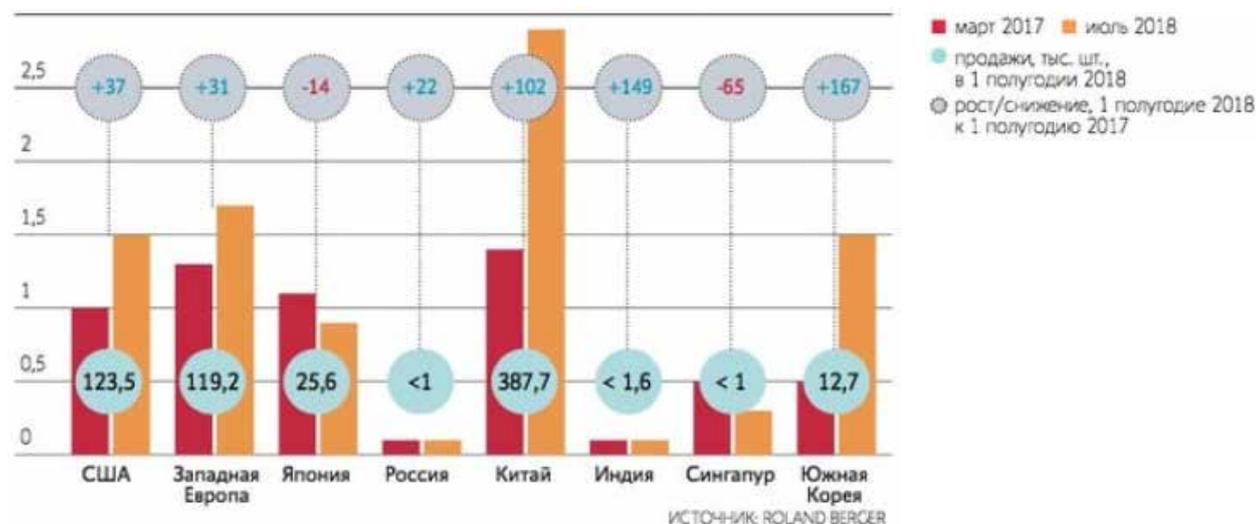


Рис. 3. Динамика рынка электромобилей, доля от всего рынка новых автомобилей, %
 Источник: по данным консалтинговой компании ROLAND BERGER Текст : электронный. URL: <https://www.autostat.ru/articles/37064/> (дата обращения 10.04.2020).

Компания YouDrive в данном случае предлагает разделять такие явления, как покупка электрокара в личное пользование и его аренда с помощью сервиса, который предоставляют каршеринговые компании, так как абсолютных показателей для потребителя поминутная аренда будет в разы дешевле покупки электромобиля. Компания считает опыт использования электрокаров в целом успешным, поскольку, несмотря на первоначально высокую стоимость электромобиля, дальнейшая его эксплуатация и обслуживание дешевле в силу более простой конструкции. По оценке компании, электрокар можно эксплуатировать и после пробега в 500 000 километров, в то время как традиционные автомобили списываются уже после 200 000. Помимо этого, электричество обходится дешевле бензина, а потребители в целом с интересом относятся к возможности воспользоваться электрокаром и не дают им простаивать.

Тем не менее, необходимо признать, что глубинные сложности дальнейшего распространения электромобилей как в личном потреблении, так и в каршеринге заключаются не столько в потребительских предпочтениях пользователей

или желании каршеринговых компаний, сколько в государственной политике.

Несмотря на многолетнюю устную поддержку распространения электрического транспорта государственными органами, на практике наблюдается явный дефицит реальных действий и решений по стимуляции развития этого сегмента. Традиционной проблемой являются заправокные станции, которых, по данным Московского Транспорта, в столице сейчас 33². При этом в столице зарегистрировано около 400 электрокаров и по оценке ПАО «МОЭСК»³ существующей мощности инфраструктуры с лихвой достаточно для обеспечения данного парка. Безусловно, такая ситуация наблюдается исключительно в Москве — другие города практически лишены такой

2 Парковки и зарядные станции для электромобилей // Московский Транспорт. Текст: электронный. URL: <https://transport.mos.ru/parking/instrukcii> (дата обращения 04.05.2020)

3 МОЭСК: сеть зарядных станций для электромобилей в Московском регионе загружена менее чем на 1 % (интервью) // Агентство городских новостей «Москва», 06.08.2018. Текст: электронный. URL: <https://www.mskagency.ru/materials/2805132> (дата обращения 04.05.2020)

инфраструктуры. В данном вопросе наблюдается классический парадокс платформ общего пользования – юридические и физические пользователи не стремятся к закупкам электромобилей в том числе из-за ограничений инфраструктуры, а государственные органы не стремятся к активному расширению последней из-за малого количества электромобилей. Интересно, что во многом известные технические проблемы подобного транспорта — снижения ёмкости электробатарей в холодном климате — в практическом выражении тоже взаимоувязаны с широтой сети для более частых подзарядок.

К сожалению, опыт других стран (в частности, ведущей страны электромобилей в мире — Китая) показывает, что первый шаг в разрешении этой дилеммы должно делать именно государство. В этом отношении каршеринг электромобилей может являться качественным маркетинговым инструментом для популяризации данного вида транспорта, поскольку лучшей любой рекламы и продвижения сможет показать пользователям поступательное расширение сети заправочных станций и снять существующие в этом отношении предрассудки.

Второй серьёзный барьер на пути развития электрического каршеринга — стоимость автомобилей. Несмотря на оптимизм представителей YouDrive, закупочная стоимость электромобилей является на сегодняшний день запретительно высокой. В ведущих электротранспортных странах правительства применяют эшелонированные субсидии как на этапе производства, так и на этапах покупки, налогообложения и эксплуатации автомобилей подобного типа. К сожалению, в России на текущий момент практически ничего подобного не существует. Таможенная ставка для ввоза электромобилей применяется исходя из инвойсовой стоимости машины, а не объёма двигателя или возраста, что резко увеличивает их стоимость. Льготные таможенные тарифы в странах ЕАЭС отсутствуют, и ввозная пошлина для юридических лиц составляет 15 % и ещё 1 USD за каждую лошадиную силу свыше 150 лошадиных сил). Физические же лица должны были платить за пределами пошлину в 48–54 %, что фактически закрывает данный рынок для всех покупателей, кроме как с «доходами сильно выше среднего». Дополнительными проблемами является отсутствие льгот налогообло-

жения, страхования, субсидий на покупку.

В конце 2019 — начале 2020 начали проявляться первые признаки реального движения государства в сторону поддержки электромобилей. Так, 20 ноября 2019 мэр Москвы подписал городской закон об освобождении владельцев электромобилей от транспортного налога до 31 декабря 2024 г.⁴ Безусловно, оптимистичные цифры потенциального роста продаж от этого нововведения в 20–40% не должны излишне радовать, т.к. это всего лишь подразумевает увеличение на несколько десятков или сотен штук, однако сама мера уже внушает позитив. Также, Совет Евразийской Экономической Комиссии принял решение обнулить до конца 2021 г. таможенные пошлины на электромобили при их ввозе в Россию и другие страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС) как для юридических, так и для физических лиц⁵. Также в Российской Федерации ПАО «Россети» в 2020 году запланирована к реализации Программа «30/30», предусматривающая запуск проектов «Энергия города», «Энергия магистралей» и «Энергия городского транспорта». Планируется создать сети из более чем 440 быстрых зарядных станций и 330 медленных, охватывающих 30 крупных городов и 30 основных автотранспортных магистралей, реализация пилотного проекта по «зеленой экономике», а также создание информационной платформы для владельцев электромобилей и владельцев зарядных станций.

До введения комплексных мер поддержки электромобилей, их присутствие в существующих сервисах каршеринга оставалось сугубо маркетинговым ходом для привлечения внимания потребителей и отчётности перед руководством городов о приверженности многократно озвученным правительственным стратегиям. Тем не менее, в случае начала расширения инфраструктуры зарядок, обнулении или значительном снижении пошлин и налогов для юридических лиц и других мерах по примеру других стран, государство может использовать электро-каршеринговые компании как важный элемент информирования,

4 Автодилеры ожидают рост продаж электромобилей в Москве более чем на 20 % после отмены транспортного налога // Агентство городских новостей «Москва», 05.12.2019. Текст : электронный. URL: <https://www.mskagency.ru/materials/2951845> (дата обращения 14.04.2020).

5 В ЕАЭС обнулят пошлины на электромобили // ЕЭК, 16.03.2020. Текст : электронный. URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/16-03-2020-4.aspx> (дата обращения 24.04.2020).

продвижения и тестирования потенциальными потребителями электрического транспорта, и существенно ускорить процесс преодоления ранее упомянутых барьеров на пути покупки электрокара через непосредственное использование и публикацию опыта эксплуатации. Учитывая в це-

лом складывающуюся олигопольную структуру российского каршеринга, реализация подобной стратегии не составит больших проблем ни для компаний с их возможностями для крупных закупок электромобилей, ни для государства с точки зрения контроля и стимуляции развития рынка.

Список источников

- Будущее каршеринга... 2019 — Будущее каршеринга в России // РБК : [сайт]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10724/>. Дата публикации: 19.02.2019.
- Кирова 2019 — *Кирова, И. В.* Московский каршеринг: вчера, сегодня, завтра / И. В. Кирова, Д. В. Ростова // Экономика и бизнес: теория и практика. eISSN 2413-0257. 2019. № 3–1. С. 124–130. DOI 10.24411/2411-0450-2019-10414.
- Сюткина 2019 — *Сюткина, В.* Каршеринг далек от самокупаемости // ComNews : [сайт]. URL: <https://www.comnews.ru/content/121314/2019-08-09/karshering-dalek-ot-samookupaemosti>. Дата публикации: 09.08.2019.
- Экономика совместного потребления 2017 — Экономика совместного потребления в России / ПАЭК ; PNB Hill+Knowlton Strategies. 2017 // RAEC : [сайт]. URL: https://raec.ru/upload/files/sharing_economy_facts-figures_rus.pdf (дата обращения 23.03.19).
- Botsman 2010 — *Botsman, R.* What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption / R. Botsman, R. Rogers, HarperBusiness, 2010. 279 p. ISBN: 9780061963544.
- Johnson 2018 — *Johnson, J.* Understanding Consumer Behavior Influences EV Purchases // Wardsauto : [сайт]. URL: <https://www.wardsauto.com/industry-voices/understanding-consumer-behavior-influences-ev-purchases>. Дата публикации: 12.12.2018.
- Rauwald 2018 — *Rauwald, C.* VW Says the Next Generation of Combustion Cars Will Be Its Last / C. Rauwald, O. Sachgau // Bloomberg : [сайт]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-12-04/vw-says-the-next-generation-of-combustion-cars-will-be-its-last>. Дата публикации: 4.12.2018.
- Sharing economy 2018 — Sharing economy 2018 // RAEC : [сайт]. URL: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf> (дата обращения 01.04.20)
- Vetter 2017 — *Vetter, P.* Europas Abkehr vom Verbrennungsmotor / Philipp Vetter, Claudia Wanner, Gesche Wüpper // WELT : немецкий новостной портал : [сайт]. URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/article167086871/Europas-Abkehr-vom-Verbrennungsmotor.html>. Дата публикации: 27.07.2017.

Sergey Chernikov¹

PLACE OF ELECTRIC VEHICLES IN THE MODERN RUSSIAN CARSHARING MARKET

Abstract. In the past few decades, the concept of "sharing economy" has become widespread in the world, which, for various social and economic reasons, as well as with the emergence of a parallel virtual world of information technology, has resulted in a shift in focus in the middle class of developed countries from the concept of "ownership of things" to "use of infrastructure". This concept has shown particularly strong growth in real estate and car sharing. Short-term car rental services were very much in tune with the plans of most governments to create new alternative options for urban transport, which further spurred its development through the provision of numerous subsidies and other forms of state support.

This work was devoted to the study of the current state of the carsharing market in Russia and the place on it quite exotic for the domestic car market product-electric vehicles. The carsharing market in Russia is still very young and is at the stage of formation, although at its final stage. The main distinctive features of the Russian market are identified, as well as the main barriers and positive changes in the way of distribution in these services of electric vehicles.

Key words: sharing economy, car sharing, electric vehicles, russian market.

JEL: M21

1 Chernikov Sergey Yur'yevich – Candidate of Sci. (Econ.), Docent, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia.
E-mail: chernikov.rudn@gmail.com. ORCID 0000-0001-7524-4438; Scopus AuthorID: 57191344141; РИНЦ AuthorID: 738615.

References

- Budushcheye karsheringa v Rossii [The future of car sharing in Russia]. *RBC*: [website]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10724/>. Publication Date: 02/19/2019. (in Russian).
- Kirova, I. V. Moskovskiy karshering: vchera, segodnya, zavtra [Moscow car sharing: yesterday, today, tomorrow]. I. V. Kirova, D. V. Rostova. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika = Economy and business: theory and practice*. eISSN 2413-0257. 2019, no. 3–1, p. 124–130. DOI 10.24411/2411-0450-2019-10414. (in Russian).
- Syutkina, V. Karshering dalek ot samookupayemosti [Carsharing is far from self-sufficiency]. *ComNews*: [website]. URL: <https://www.comnews.ru/content/121314/2019-08-09/karshering-dalek-ot-samookupaemosti>. Publication Date: 08/09/2019 (in Russian).
- Ekonomika sovместnogo potrebleniya v Rossii [Co-consumption Economics in Russia]. RAEC ; PNB Hill + Knowlton Strategies. 2017. *RAEC*: [website]. URL: https://raec.ru/upload/files/sharing_economy_facts-figures_rus.pdf (accessed March 23, 19) (in Russian).
- Botsman, R. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. R. Botsman, R. Rogers, HarperBusiness, 2010. 279 p. ISBN: 9780061963544.
- Johnson, J. Understanding Consumer Behavior Influences EV Purchases. *Wardsauto*: [website]. URL: <https://www.wardsauto.com/industry-voices/understanding-consumer-behavior-influences-ev-purchases>. Publication Date: 12.12.2018.
- Rauwald, C. VW Says the Next Generation of Combustion Cars Will Be Its Last. C. Rauwald, O. Sachgau. *Bloomberg*: [website]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-12-04/vw-says-the-next-generation-of-combustion-cars-will-be-its-last>. Publication date: December 4, 2018.
- Sharing economy 2018. *RAEC*: [website]. URL: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf> (accessed 04/01/20).
- Vetter, P. Europas Abkehr vom Verbrennungsmotor. Philipp Vetter, Claudia Wanner, Gesche Wüpper. *German news portal WELT*: [website]. URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/article167086871/Europas-Abkehr-vom-Verbrennungsmotor.html>. Publication Date: 07/27/2017.