

Кулакова Л. О., Муха Т. С., Калиновская Т. С.,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь
ekonomikai@bk.ru

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА КАРШЕРИНГА ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ

Повышение уровня мобильности является актуальной темой, которая в данный момент продолжает развиваться. Научно-технический прогресс, технологические инновации меняют характер мобильности, бросая вызов уже существующим игрокам рынка автомобильных перевозок, а также создавая тактические и стратегические возможности для вхождения новых игроков. Прорывные технологии стимулируют разработку и внедрение новых бизнес-моделей, приближая эру экономики совместного пользования благами. В качестве ключевого аспекта данных трендов выступает обмен автомобилями, и рынок стремится к развитию в этом направлении, ориентируясь на личный комфорт потребителей и улучшения в социальной сфере.

В исследовании Deloitte Global Automotive Consumer говорится о том, что поколение людей, родившихся в период с 1977 по 1994 годы, позитивно рассматривает возможность совместного использования разнообразных видов транспортных средств наряду с владением собственным автомобилем [1]. То есть потенциальный потребительский сегмент оценивается приблизительно в 2 миллиарда человек. В данных условиях провайдеры транспортных услуг, такие как Uber, DriveNow и car2go, испытывают значительный рост. Они предоставляют функции подключения водителей к пассажирам (такси, карпулинг) или пассажиров к транспортным средствам (каршеринг). На развитие последней функции особое влияние оказывает развитие технологий, в частности мобильной связи и Интернета, что позволяет провайдерам предоставлять широкий спектр услуг: от гибких поездок из точки А в точку Б до запланированных поездок в выходные дни. Каршеринг расширяет список преимуществ мобильности для людей, ликвидируя потребность в несении затрат, связанных с владением собственным автомобилем.

В то время как экономика совместного пользования создает все более благоприятные условия для создания стартапов и входа на рынок венчурных инвесторов, игроки-ветераны рынка, такие как, например, OEM-производители (original equipment manufacturer) или компании по аренде автомобилей проявляют значительный интерес к усилению позиций в секторе каршеринга. Данный фактор стимулирует всех участников к развитию не только комфорта и эффективности самих транспортных средств, но и к внедрению последних достижений в области цифровой экономики и автоматизации процесса вождения.

В последние несколько лет темпы роста сектора каршеринга практически удвоились. Особенно это заметно в городах-мегаполисах, где все больше жителей предпочитают альтернативные варианты владению собственным автомобилем в связи с высокими издержками на его содержание. Среди побочных положительных эффектов данного явления наблюдается снижение пробок на дорогах, что влечет за собой улучшение экологической ситуации. В настоящее время на долю Европы приходится около 50% рынка каршеринга. Это примерно 5,8 миллиона пользователей и 68 тысяч автомобилей. Прогноз на 2020 год говорит о совокупном годовом темпе прироста выручки на рынке в 32%.

На данный момент рынок каршеринга делится следующим образом: глобальные провайдеры вроде DriveNow и car2go предлагают свои услуги не только в крупных европейских городах, но и во всей Европе, США и Азии. В это же время небольшие страны и города в основном обслуживаются местными компаниями (например Anytime, Westgroup, Везуха, Hello в Республике Беларусь), имеется значительный потенциал к дальнейшему росту. Некоторые эксперты прогнозируют снижение количества используемых автомобилей в мире более чем на полмиллиона единиц к 2021 году, что связано с активным ростом рынка каршеринга.

Развитие рынка каршеринга можно рассматривать в качестве глобального феномена, показатели динамики которого варьируются в разных странах. К примеру, в данный момент Германия выступает крупнейшим европейским потребителем услуг данного рынка. С 2012 года, когда количество немецких пользователей услуг каршеринга составляло около 260 тысяч человек, наблюдается значительный рост данного показателя. Прогнозы экспертов сводятся к 3 миллионам пользователей в 2020 году. При этом значительного сокращения числа владельцев автомобилей в Германии не предвидится в связи с имеющимися различиями между урбанизированными и провинциальными территориями, что влечет за собой сложности во внедрении каршеринг-сервисов в последних. Также свою роль играет рост доли рынка каршеринга в мировой экономике обуславливаемый не только инновационная эмоциональная привязанность немцев к личному транспорту.

вационными подходами, но и многообразием бизнес-моделей, появляющихся с течением времени. Различные сервисы дифференцируют спектр своих услуг для пользователей с разным опытом вождения, финансовыми возможностями, потребностями в комфорте. Помимо вышеперечисленных важным фактором выступает гибкость сервиса, которая выражается диапазоном обслуживания (т. е. какие расстояния при помощи данного сервиса клиент может преодолеть). По последнему фактору все каршеринг-сервисы можно разделить на следующие категории: free-floating (когда пользователь может брать и оставлять автомобиль в любой точке обслуживаемой территории) и стационарные B2B/B2C сервисы.

В этих категориях есть свои плюсы и минусы: в то время как free-floating сервисы предоставляют большую гибкость услуг, соревнуясь с региональными сервисами такси и крупными игроками вроде Uber, стационарные провайдеры предлагают большие расстояния для поездок. Серьезным источником роста рынка B2B-каршеринга выступают корпоративные клиенты: сотрудники компаний, использующих данный сервис, получают доступ к транспорту, предлагаемому компанией-провайдером. Благодаря этому компании-покупатели могут сократить затраты на содержание собственного автопарка. Следует также отметить бизнес модель P2P (peer-to-peer), активно развивающуюся во Франции. Данная модель подразумевает предоставление одними людьми своих автомобилей другим в аренду при помощи специальных платформ. В сравнении с традиционными каршеринг-сервисами модель P2P больше соответствует альтернативе краткосрочной аренды автомобилей и позволяет совершать поездки на большие расстояния.

Каршеринг успешен во всех ведущих странах Европы, при этом ведущие бизнес-модели каршеринга от страны к стране различаются. Наблюдается положительная динамика как по росту количества автомобилей, предоставляемых сервисами, так и по числу постоянных пользователей, число которых к 2020 году ожидается на уровне 15 миллионов (см. рисунок 1). На данный момент Европа занимает 50% мирового рынка каршеринга.[2]

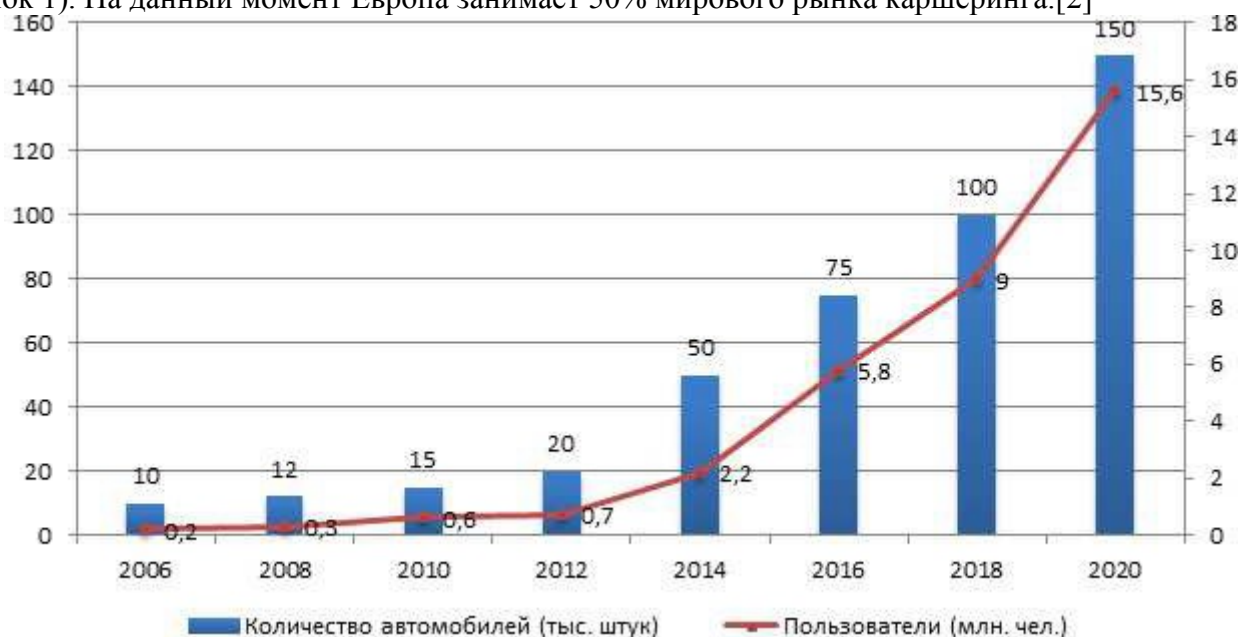


Рисунок 1 – Динамика развития европейского рынка каршеринга

В большинстве стран доминирующую позицию занимают местные провайдеры, однако в некоторых случаях с ними конкурируют и глобальные компании, например, DriveNow и car2go, которые предоставляют свои услуги во многих европейских странах.

Список использованных источников

1. Deloitte Global Automotive Consumer Study [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/manufacturing/us-global-automotive-consumer-study-2019.pdf>. – Дата доступа: 29.09.2019.

2. Car Sharing In Europe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/consumer-industrial-products/CIP-Automotive-Car-Sharing-in-Europe.pdf>. – Дата доступа: 29.09.2019.