

УДК 623.437.41

КАРШЕРИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ

Полякова Ю.С., Шишватова Д.А.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва, г. Самара
e-mail: giulia.polyakova@yandex.ru, dena360@mail.ru*

Главная составляющая рыночных отношений – конкуренция [1]. Острая конкуренция существует между компаниями по перевозке пассажиров – такси. Современный пассажир требует больше комфорта, безопасности, поэтому транспортные компании стремятся улучшить свои услуги и применяют новые формы взаимодействия с пассажирами, внедряет новые технологии. Одной из таких новых форм является каршеринг.

Каршеринг – это кратковременная аренда автомобиля с поминутной тарификацией [2]. Бронирование автомобилей происходит через специально разработанное приложение для телефона, а парк автомобилей достаточно большой. Сейчас автомобили сдаются в аренду каждому человеку, которые имеет водительские права, поэтому не обязательно быть членом какого-либо сообщества. Бронирование автомобилей происходит через специально разработанное приложение

Различия услуг каршеринга и аренды автомобиля представлены в табл. 1.

В России на данный момент рынок по предоставлению услуг каршеринга активно развивается. В 24 городах люди имеют возможность пользоваться каршерингом. Стремительное развитие компаний пришлось на 2015-2017 гг. в таких городах, как Москва, Санкт-Петербург и Екатеринбург. К 2020 году жители таких городов как Краснодар, Ростов-на-Дону, Самара могут воспользоваться этой услугой.

Многие исследования показывают, что с увеличением спроса на каршеринг сокращается количество машин в городах, что значительно улучшает экологическую обстановку. Такие социальные группы, как студенты, молодые семьи могут без особых

финансовых вложений использовать машины с поминутной арендой, так как это доступная альтернатива покупке собственного автомобиля.

Рассмотрим на конкретном примере экономический эффект применения каршеринга для транспортной компании в качестве дополнительной услуги по обслуживанию пассажиров [3].

Таблица 1. Сравнительная характеристика каршеринга и аренды автомобиля

Критерий	Каршеринг	Аренда машины
Бронирование	За несколько минут до начала поездки он-лайн в приложении компании	Осуществляется заранее (за неделю, месяц, год)
Доступность в течение суток	Автомобили доступны для использования круглосуточно	Автомобили можно взять в аренду только в часы работы офиса
Способ открытия машины для начала поездки.	Используется онлайн приложение	Используются ключи, выданные сотрудниками организации по аренде
Стоянка автомобилей	По всему городу	Централизованная у арендодателя
Автопарк	Состоит из автомобилей низшего и среднего класс	Состоит из автомобилей разных классов
Оплата поездок	Поминутно, за каждую поездку	На весь срок аренды

В табл. 2 представлены затраты на развитие этого направления деятельности.

Таблица 2. Схема расходов

Наименование	Затраты, руб.
Единоновременные расходы	
Госпошлина за регистрацию ИП	800
Нотариальные услуги	2 000
Почтовые или курьерские расходы	5 000
Автопарк, 6 автомобилей	6 000 000
Разработка мобильного приложения	120 000
Ежемесячные расходы	
Расходы на персонал	335 000
Обслуживание автомобилей	54 000
Аренда помещения	30 000
Итого	6 548 800

В табл. 3 представлены доходы от использования каршеринга.

Таблица 3. Доходы за месяц

Наименование	Эксплуатация автопарка, мин	Цена за минуту	Итого, руб.
Парк автомобилей	15 000	13	1 170 000

За месяц доход с уплатой налогов составит 1 017 900 рублей.

Срок окупаемости проекта определяется по формуле:

$$T_{\text{окуп}} = \frac{E}{D - P_M},$$

где E – единовременные расходы, руб.;

D – доходы за месяц, руб.;

P_M – расходы за месяц, руб.

После подстановки данных в формулу получаем:

$$T_{\text{окуп}} = \frac{6129800}{1017900 - 419000} = 10,2 \approx 11 \text{ месяцев.}$$

Открытие в транспортной компании нового направления повышает не только конкурентоспособность, но и приносит дополнительную прибыль.

Список использованных источников

1. Котляров, И. Д. Организация автотранспортного обслуживания на основе коммерческого каршеринга / И. Д. Котляров // Мир транспорта. – 2016. – ISSN 1992-3252. – Т. 14. – № 6 (67). – С. 78-85.

2. Каршеринг. Все операторы // Информационный портал «Трушеринг» [сайт]. – 2020. – URL: <https://truesharing.ru/carsharing/> (дата обращения: 11.12.2020).

3. Завьялова, Н. Б. Управление качеством транспортного обслуживания в мегаполисе / Н. Б. Завьялова, Р. Р. Сидорчук, И. В. Лопатинская, Д. В. Завьялов // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2016. – ISSN 2074-5095. – № 1. – С. 36–50.