

УДК 330:368.01
DOI: 10.26140/anie-2020-0903-0080

СТРАХОВАНИЕ В СФЕРЕ КАРШЕРИНГА КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СТРАХОВОЙ ЗАЩИТЫ

© 2020
SPIN: 5188-5086
AuthorID: 129006

Степанова Марина Николаевна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры финансов и финансовых институтов
Байкальский государственный университет
(664003, Россия, Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: emarina77@list.ru)

Аннотация. Статья посвящена исследованию особенностей страхования в сфере каршеринга. Выдвигается гипотеза о том, что изменения, происходящие на рынке транспортных услуг, способствуют развитию его инфраструктуры, в том числе такого его элемента, как страхование. Имеют место быть все основания, позволяющие признать формирование нового направления страховой защиты – страхования в сфере каршеринга: потенциальная возможность осуществления страхования на случай реализации соответствующих рисков, наличие спроса на сопутствующие страховые услуги и компаний, готовых его удовлетворить. Это предопределяет необходимость теоретического обоснования выделения страхования в сфере каршеринга в отдельную совокупность страховых отношений, определения ее состава и доминантных элементов. Ставится вопрос о терминологической некорректности используемого в деловом обороте сочетания «страхование каршеринга». Определенный интерес представляет также изучение специфических отраслевых проблем, сопровождающих его практическую реализацию и развитие соответствующего сегмента страхового рынка. Делается вывод о том, что для России в отношении страхования в сфере каршеринга в большей мере характерно формирование рынка спроса, чем рынка предложения. Убыточность автострахования, выступающего базовым элементом исследуемого сегмента рынка, требует поиска соответствующих андеррайтинговых и маркетинговых решений, которые зачастую приводят к существенным ограничениям объема страхового покрытия и снижению реальной ценности страховой защиты для потребителя.

Ключевые слова: страхование, каршеринг, страховой рынок, риски каршеринга, автострахование, страхование в сфере каршеринга, страхование операторов каршеринга, страхование арендованных автомобилей, страхование рисков каршеринга, развитие страхового рынка, страхование каршеринга.

CARSHIRE INSURANCE AS A NEW DIRECTION OF INSURANCE PROTECTION

© 2020

Stepanova Marina Nikolaevna, candidate of economics, associate professor
of the department of finance and financial institutions
Baikal State University
(664003, Russia, Irkutsk, Lenin st., 11, e-mail: emarina77@list.ru)

Abstract. The article is devoted to the study of insurance features in the field of car sharing. A hypothesis is put forward that the changes occurring in the transport services market contribute to the development of its infrastructure, including its element such as insurance. There are reasons to recognize the formation of such a direction of insurance protection as insurance in the field of car sharing: the potential for insurance in case of realization of the relevant risks, the presence of demand for related insurance services and companies willing to satisfy it. This determines the need for a theoretical justification for separating insurance in the car sharing industry into a separate set of insurance relations, determining its composition and dominant elements. The question is raised about the incorrectness of the combination “car sharing insurance” used in business circulation. The study of specific industry problems that accompany its practical implementation and development of the corresponding segment of the insurance market is also of certain interest. It is concluded that for Russia in relation to insurance in the field of car sharing, the formation of a demand market rather than a supply market is more characteristic. The loss of auto insurance, which is the basic element of the market segment under study, requires the search for appropriate underwriting and marketing solutions, which often lead to significant limitations on insurance coverage and reduce the real value of insurance protection for consumers.

Keywords: insurance, car sharing, insurance market, car sharing risks, car insurance, car sharing insurance, car sharing operator insurance, rental car insurance, car sharing risk insurance, insurance market development, car sharing insurance.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.

Каршеринг – один из примеров инновационного подхода к формированию экономических отношений, основанных на идее совместного пользования. Основным фактором его интенсивного развития стало все более очевидное проявление неспособности традиционных моделей транспортных сервисов обеспечить требуемый уровень мобильности (особенно в условиях крупных городов), доступности и должной безопасности [1]. Данные проведенных ранее исследований позволяют сделать вывод о том, что концепция совместного использования транспортных средств посредством краткосрочной аренды представляет собой одну из наиболее жизнеспособных идей, реализация которой сформирует самостоятельный перспективный сегмент рынка, способный нивелировать ряд инфраструктурных проблем, решить конкретные задачи, способствующие успешной реализации концепции «устойчивой городской мобильности», стать альтернативой владению персональным

автомобилем и конкурентоспособным дополнением системы общественного транспорта [2]. Необходимость обеспечения удовлетворения потребностей граждан в транспортной мобильности требует развития не только связанного с ней рынка услуг, но и его инфраструктуры, одним из элементов которой является страхование, обеспечивающее минимизацию негативных последствий реализации рисков различного рода. Страхование в сфере каршеринга – это новое для российской страховой практики направление, имеющее определенные особенности, обусловленность которых определена особым характером взаимоотношений субъектов каршеринга и вариативностью зон ответственности за риски, связанные с эксплуатацией транспортных средств. Несмотря на то, что оно базируется на классических видах страховой защиты, теоретическая и практическая значимость исследований в данной области страховых отношений высока: трансформируются связи между субъектами, развиваются инновационные цифровые технологии, способствующие их оптимизации, меняются запросы и потребности потенциальных страхователей, появляется

потребность в новых страховых продуктах, а следовательно, и новых изысканиях, способных обеспечить данные процессы соответствующими разработками.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.

В силу своей новизны как явления российского рынка транспортных услуг, каршеринг только начинает изучаться отечественными учеными: их основной интерес направлен на анализ отдельных аспектов организации каршеринговой деятельности, ее правового обеспечения, оценку современного состояния и перспектив развития рынка каршеринговых услуг [3, 4]. Появляются работы, в которых прямо или косвенно ставится проблема существования рисков пользователей каршеринга и его операторов [5–9]. Однако, они малочисленны, в некоторых случаях носят заявительный характер, демонстрируя несоответствие между названием публикации и ее содержанием [10, 11]. Особенности организации страховой защиты субъектов каршеринговой деятельности и получателей услуги каршеринг, к сожалению, практически не рассматриваются. При этом можно выделить две категории публикаций, в которых страхование и каршеринг представлены в определенной взаимосвязи:

1) работы, в которых объектом исследования выступает каршеринг – в них, как правило, затрагиваются лишь отдельные аспекты страхования, чаще на уровне упоминаний об ОСАГО или КАСКО в контексте формирования стоимости услуг операторов каршеринга или возникающей ответственности за убытки в результате ДТП [12–16];

2) работы, в которых объектом исследования выступает страховая деятельность или применяемые в ней цифровые технологии – в них чаще всего каршеринг рассматривается в качестве области приложения современных технологических решений, возможных к использованию в сфере страховых услуг [17, 18].

Отмеченное выше позволяет прийти к выводу о том, что актуальность происходящих на рынке транспортных услуг тенденций и недостаточность исследований, в которых страхование на конкретных его сегментах изучалось бы с той степенью глубины, которая требуется для решения научных и практических задач, предопределили необходимость их продолжения.

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Цель настоящего исследования – сформировать представление о страховании в сфере каршеринга как самостоятельном направлении страховых отношений, имеющем определенные особенности, проблемы и перспективы дальнейшего развития.

Постановка задания. В соответствии с заданной целью на данном этапе исследования автором были определены следующие задачи: раскрыть понятие «страхование в сфере каршеринга»; представить основные направления страховой защиты, способствующие минимизации рисков субъектов каршеринговой деятельности и получателей услуги каршеринг; выявить факторы, предопределяющие необходимость развития страхования в сфере каршеринга и основные проблемы, его сопровождающие.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. В процессе исследования использовались методы теоретического познания, а также общелогические методы и приемы, такие как анализ, обобщение, индукция и т.д.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Совместное использование высокоавтоматизированных транспортных средств посредством их краткосрочной аренды - каршеринг и райдшеринг – становится все более распространяемой моделью развития транс-

портных услуг [19]. При этом формируется сложная динамичная система, в которой происходит многовариантное взаимодействие субъектов как между собой, так и с внешней средой – оно порождает разнообразные факторы рисков, требующие не только нивелирования, но и финансовой готовности каждого из участников системы к реализации неблагоприятных событий. Большая часть рисков, не поддающихся прямому воздействию со стороны участников каршеринга, может быть передана в страхование. Трансферт риска страховой организации имеет определенные преимущества перед необходимостью самостоятельно нести полную финансовую ответственность за последствия его реализации – они неоднократно и убедительно представлены в многочисленных исследованиях, раскрывающих роль страхования как инструмента риск-менеджмента [20–22]. Таким образом, появляются основания для введения в деловой оборот дефинитивного сочетания «страхование в сфере каршеринга» – оно представляется более приемлемым для включения в современный понятийный аппарат страхового дела, чем встречаемое в непрофессиональной среде выражение «страхование каршеринга» [23–25], нарушающее принципы терминологической корректности. Удерживая общий периферийный смысл, образование «страхование каршеринга» остается лишенным точности содержания: страхуется не услуга как таковая, а определенный имущественный интерес, связанный с ее оказанием или получением. Когда же используется концепт «страхование в сфере каршеринга», то выполняется главная задача: определяются границы отношений, в рамках которых осуществляется страховая защита – это является вполне допустимым и имеет определенный смысл.

При этом нельзя страхование в сфере каршеринга сводить исключительно к страхованию каршеринговых авто. К сожалению, в появляющихся публикациях [23] эти два сочетания употребляются в качестве синонимичных, хотя для необходимости соблюдения строгого терминологического соответствия, стоит признать, что они соотносятся как общее и частное и не могут выступать в качестве взаимозаменяемых.

Страхование в сфере каршеринга является более общим понятием, объединяющим в себе сразу несколько отраслевых направлений, каждое из которых направлено на обеспечение защиты интересов физических и юридических лиц, выступающих субъектами каршеринговой деятельности и их абонентов (получателей услуги каршеринг). При этом страховые отношения могут формироваться как по поводу страховой защиты частных интересов, так и корпоративных в случае, если предоставляемые в совместное пользование автомобили находятся в собственности компании, а каршеринг выступает объектом предпринимательской деятельности. Если исходить из необходимости формирования максимально полного по содержанию понятия страхования в сфере каршеринга, то в него стоит также включить страхование интересов тех, кто оказывает аффилированные или вспомогательные услуги, имеющие отношение к каршерингу и фактически формирует инфраструктурную оболочку рынка. Таким образом, возможен как вполне конкретный подход к формированию содержательных границ определяемой категории, так и более широкий – его выбор зависит, прежде всего, от решаемых при этом страховщиком или исследователем задач и степени детализации формируемого сегмента рынка. Результат сегментации и соответствующие ему виды страхования, варианты страховых программ и продуктов, а также их условия зависят также от типа каршеринга, для которого они предлагаются, и, соответственно, субъектного состава носителей риска.

Самым сложным составом страховых отношений может характеризоваться страхование в сфере каршеринга, организованного по типу «Free-floating» и предполагающего реализацию краткосрочной аренды транспорт-

ных средств юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, для которого каршеринг является основным видом деятельности, приносящим доход. Заметим, что именно в таком, единственном значении, предполагающем «краткосрочную аренду транспортного средства у профильных компаний», употребляется термин «каршеринг» в некоторых нормативно-правовых документах [19], что отличает его от других толкований, не содержащих таких уточнений [26, 27] и подчеркивает отсутствие единого подхода к определению данной дефиниции на нормотворческом уровне.

В такой модели каршеринга система страховой защиты может быть условно представлена двумя базовыми направлениями, формируемыми исходя из специфики потенциального интереса в страховании, определяемого актуальностью рисков, которые характерны для каждой группы ее участников:

- страхование имущественных интересов компаний – операторов каршеринга и их контрагентов;
- страхование имущественных интересов физических лиц, пользующихся услугой каршеринг на время предоставления такой услуги.

Первое направление в большей мере ориентировано на превенцию и минимизацию потенциальных последствий рисков бизнеса, второе – на защиту личных имущественных интересов получателей услуги.

Субъекты каршеринговой деятельности в процессе ее осуществления подвержены:

- рискам утраты или повреждения имущества, необходимого для осуществления уставной деятельности;
- рискам ответственности по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда третьим лицам и рискам ответственности за нарушение договорных обязательств;
- рискам убытков от предпринимательской деятельности.

К ним добавляются также риски, связанные с жизнью, здоровьем и трудоспособностью лиц, задействованных в осуществлении уставной деятельности предприятия – социально ориентированная компания также их будет рассматривать при составлении плана страховой защиты, включая в его перечень продукты личного страхования, но все же стоит признать, что наибольшую актуальность для компаний, осуществляющих каршеринговую деятельность, представляет имущественное страхование.

Во-первых, основа материально-технической базы такой компании – это автотранспортные средства, риски утраты или повреждения которых в первую очередь влияют на результативность бизнеса [7]. Вывод каждой единицы транспортного средства из действующего автопарка означает временную или постоянную утрату источника дохода. При использовании таких моделей сервиса, как P2P (peer-to-peer) и B2C (business-to-customer), как правило, приобретенные посредством лизинга или в кредит (именно пассивное финансирование в большей мере характерно для предприятий малого и среднего бизнеса [28], недополученный доход становится фактором неисполнения или ненадлежащего исполнения соответствующих обязательств, особенно в стартовый и начальный период работы компании. С учетом высокой вероятности внешних рисков, связанных с эксплуатацией транспортных средств и их арендой [8], значимым элементом системы риск-менеджмента становится страхование, способствующее оперативному возмещению произошедших убытков в пределах выбранного объема страхового покрытия. Его ядро составляют следующие виды:

- страхование автотранспортных средств и дополнительного оборудования;
- страхование предмета лизинга;
- страхование предмета залога;
- страхование ответственности лизингополучателя;
- страхование предпринимательских и финансовых

рисков [29].

Во-вторых, использование транспортных средств налагает на юридическое лицо (постольку, поскольку его деятельность связана с повышенной опасностью для окружающих) обязанность возместить вред, причиненный третьим лицам источником повышенной опасности. Каждая каршеринговая компания является участником системы ОСАГО и при этом может обеспечить дополнительное страховое покрытие за счет добровольного страхования гражданской ответственности за причинение вреда жизни, здоровью или имуществу потерпевших при использовании автомобиля лицами, управляющими легковым автомобилем, предоставляемым в рамках услуги каршеринг.

В-третьих, каршеринг предполагает оснащение транспортных средств, используемых для оказания данной услуги, специальными техническими устройствами, а также использование соответствующего программного обеспечения. Аренда автомобилей полностью автоматизирована, технологическая архитектура каршеринга насыщена – это означает, что в систему страховой защиты субъектов каршеринговой деятельности может быть включено страхование технических и информационных рисков, которое в настоящее время дополняется покрытием убытков от перерыва коммерческой деятельности и компенсацией ущерба, причиненного деловой репутации страхователя.

Заметим, что представлены лишь базовые виды страхования, направленные на покрытие специфических рисков субъектов каршеринговой деятельности, которые при необходимости могут быть дополнены классическими видами, характерными для стандартного уровня страховой защиты любого предприятия, независимо от выбранного вида деятельности.

Для модели каршеринга, созданной по типу NFP (non-profit), формируется «облегченный» вариант страхового портфеля, основным элементом которого становится исключительно автострахование: для общественных организаций, сдающих автомобили в аренду не с целью получения прибыли, а для продвижения благотворительных программ, актуальны в основном только эксплуатационные риски, которые в большинстве случаев переходят в зону ответственности арендаторов.

Страховая защита имущественных интересов физических лиц, пользующихся услугой каршеринг, также строится с учетом наиболее актуальных рисков, которые могут возникнуть в связи с ее получением. При этом ее основу составляют:

- страхование жизни и здоровья водителя и пассажиров;
- страхование личных вещей, находящихся в арендуемом автомобиле и багажа на время пользования услугой каршеринг;
- страхование арендуемого автомобиля;
- добровольное страхование автогражданской ответственности.

Аналогично представленному формируется личный страховой план лиц, участвующих в Fractional каршеринге. Для них основную финансовую нагрузку дают риски, связанные с владением и эксплуатацией транспортного средства, затраты по минимизации которых распределяются между всеми участниками совместного использования автомобиля.

Таким образом, можно утверждать, что страхование в сфере каршеринга может быть представлено в качестве самостоятельной подсистемы страховых отношений, направленных на минимизацию неблагоприятных последствий реализации рисков субъектов каршеринговой деятельности и получателей услуги каршеринг посредством осуществления определенных видов страхования. Оно имеет место быть постольку, поскольку существует потенциальная возможность его осуществления и вызванная объективными причинами необходимость, прежде всего связанная с формированием отдельного целевого

сегмента получателей соответствующих страховых услуг [30]. Наличие потребности в страховой защите наделяют качеством основного определяющего фактора развития спроса на страховую услугу [31].

При этом, к основным факторам, предопределяющим необходимость развития страхования в сфере каршеринга, стоит отнести:

- интенсивный рост рынка каршеринга и его популяризация среди городского населения;
- необходимость внешней финансовой поддержки каршеринговых сервисов на этапе становления бизнеса;
- высокий уровень рисков, связанных с эксплуатацией и обслуживанием транспортных средств, их синергия с личными рисками эксплуатантов, в том числе связанными с коротким адаптивным сроком управления новым автомобилем и ментальными установками;
- необходимость нивелирования основных опасений пользователей каршеринга [5] посредством удовлетворения их потребности в обеспечении личной и финансовой безопасности на время пользования сервисом;
- социальная ответственность перед участниками дорожного движения за вред, который может быть причинен их жизни, здоровью, имуществу во время эксплуатации сервисных автомобилей;
- отсутствие действенных альтернативных способов минимизации убытков, связанных с реализацией рисков за счет стороны, не являющейся субъектом каршеринга;
- необходимость развития транспортной инфраструктуры, отвечающей современным запросам ее пользователей.

Для страховых организаций это может означать появление нового страхового поля с хорошим потенциалом и перспективами дальнейшего роста клиентской базы, а также возможное увеличение спроса на страхование прежде всего в сегменте автострахования. Вместе с тем, анализ представленных факторов дает основания предположить, что в развитии страхования в сфере каршеринга в первую очередь заинтересованы субъекты каршеринговой деятельности и пользователи услуги каршеринг, благодаря которым формируется новый целевой сегмент страхового рынка спроса, объединяющий потенциальных страхователей со схожими страховыми потребностями, обусловленными общей средой возникновения рисков. Для них важна не просто возможность страхования, а адаптация страховых продуктов и условий предоставления страховой защиты к уникальным потребностям, вызванным краткосрочным характером услуги и высоким уровнем зависимости от внешней среды.

Необходимость выделения страхования в сфере каршеринга в самостоятельное отраслевое направление обусловлена также особенностями решаемых страховщиками при его осуществлении андеррайтинговых и маркетинговых задач. Во-первых, каршеринг – это совершенно новый вид услуг, определяющий границы отдельного сегмента страхового поля и требующий формирования стратегии концентрированного маркетинга фактически с нуля – от исследования запросов и ожиданий потенциальных страхователей до организации индивидуальной верификации и валидации. Во-вторых, имеет место быть ярко выраженная специфика принимаемых на страхование рисков, их высокая вероятность, множественность и динамичность субъектов, при участии которых они в основном возникают – это требует формирования и реализации особой андеррайтинговой политики, направленной на обеспечение финансовой устойчивости соответствующих страховых операций.

Необходимо отдавать отчет в том, что существующие виды страхования лишь предопределяют страховой потенциал участников каршеринга, а максимально использован он может быть только в случае, если страховые организации смогут предоставить должный уровень страховой защиты, отвечающий интересам получателей страховых услуг. Однако, на практике он может быть

значительно ниже того, на который рассчитывают страхователи и застрахованные лица. Причины этого очевидны:

- Наличие объективных ограничений, не позволяющих принимать на страхование все без исключения риски (некоторая часть из них не отвечает критериям страхуемости).
- Искусственная селекция рисков, осуществляемая страховыми организациями и приводящая либо к полному отказу от предоставления страховой защиты, либо значительному снижению ее объема. В большей мере это характерно для автострахования, высокая убыточность которого предопределяет необходимость введения страховщиками ряда собственных ограничений, в конечном итоге приводящих к неудовлетворенности получателей страховых услуг их качеством [32] и снижению лояльности клиентов к страховой индустрии в целом. При этом страхователи сталкиваются со следующими проблемами:
- возможным прекращением ответственности страховой компании по имеющемуся договору страхования в случае передачи транспортного средства в совместное пользование или при использовании арендуемого транспортного средства;
- занижением страховщиками лимитов ответственности по базовым страховым планам КАСКО и ДСАГО;
- установлением страховщиками франшизы как обязательного условия автострахования;
- ограниченным ассортиментом соответствующего сегмента страхового рынка, низким уровнем предложений на нем;
- низким уровнем охвата онлайн страхованием с обеспечением бесконтактного осуществления полного цикла страховой защиты.

Самым ответственным этапом в построении отношений по поводу обеспечения страховой защиты участников каршеринга является разграничение зон их ответственности за риски, связанные с использованием в процессе каршеринга транспортного средства. От этого зависит индивидуальный объем страхового покрытия, уровень финансовой ответственности, остающейся на собственном удержании оператора каршеринга и его абонента. При этом проявляется основная особенность страхования в сфере каршеринга: если за любые риски, не связанные с эксплуатацией автомобиля, каждый субъект каршеринга несет исключительно самостоятельную ответственность и в соответствии с этим строит собственный план страховой защиты, то риски, связанные с эксплуатацией транспортного средства, могут быть перераспределены по усмотрению сторон и тогда в качестве страхователя может выступать как каршеринговая компания, так и получатель услуги каршеринг или обе эти стороны вместе. Именно поэтому на мировом рынке автострахования имеет место быть многовариативность страховых программ, учитывающих интересы каждой из сторон каршеринга:

- Автострахование на время, исключаящее использование транспортного средства пользователем услуги каршеринг (границы страховой защиты определяются временем пользования средством транспорта исключительно сотрудниками каршеринговой компании, например, периодом бронирования и доставки автомобиля до парковочного места). В этом случае в качестве основного выступает покрытие, включаемое в политику личного страхового плана арендатора.

- Расширение страхового покрытия, оформляемого владельцем транспортного средства в отношении собственного автомобиля, страховой защитой, распространяющейся на время эксплуатации арендованного средства транспорта.

- «Временное страхование автомобиля», позиционируемое в качестве краткосрочного отдельного полиса, действующего в период пользования услугой каршеринг.

- Поминутное КАСКО, обеспечивающее страхователю возможность управлять периодом страховой защиты (как правило, в этом случае посредством обращения к мобильному приложению активизируется риск дорожно-транспортного происшествия с момента выезда на магистраль).

- КАСКО, основанное на концепции «Pay as you drive», позволяющее оплачивать только период защиты, предоставляемый на время движения транспортного средства.

Реализация данных программ в большинстве случаев возможна только при условии внедрения определенных технологических решений, позволяющих осуществлять контроль за уровнем страхового риска посредством получения актуальной достоверной информации об особенностях и стиле вождения водителя, об обстоятельствах наступления страхового события и т.д. Безусловно, для большинства отечественных страховщиков это определенный вызов, не принимать который проще, чем строить взвешенную, стратегически выверенную обеспечительную политику освоения данного достаточно проблемного сегмента. Поэтому в настоящее время в России страхование в сфере каршеринга представляет собой фактически закрытую систему, в которой представлено лишь несколько крупных страховых организаций. Возможно, по мере увеличения спроса, совершенствования технологий и осуществляемых операций, разработки и внедрения инновационных решений, рынок все-таки расширит возможности клиентов по формированию должной страховой защиты и обеспечит формирование большей ценности страхования как инструмента управления рисками.

ВЫВОДЫ

Выводы исследования. Популяризация экономики совместного пользования приводит к появлению на рынке все большего количества соответствующих стартапов, и это неизбежно вызывает необходимость пересмотра страховщиками своей стратегии на рынке транспортного страхования. Потребности в адаптации условий страхования и формировании валидных страховых продуктов, отвечающих потребностям клиентов, очевидна. Весь вопрос в том, посчитают ли нужным страховые компании соответствовать новым вызовам и найдут ли возможность для создания уникальной политики в сфере страхования каршеринга. В любом случае, нужно отдавать отчет в том, что современное экономическое пространство очень динамично, рынок меняется и не приемлет статичности – сфера услуг не может развиваться вне общих тенденций и клиентских запросов. Возможно, в настоящее время концепция совместного потребления – не самый интересный для страховщиков объект изучения, но тот рыночный сегмент страхового поля, который он определяет, может быть весьма полезен хотя бы с точки зрения выполнения определенных маркетинговых задач (в том числе маркетинговой диверсификации рынка и обеспечения дополнительных конкурентных преимуществ на нем), а при правильных актуарных и андеррайтинговых решениях, в том числе выверенной перестраховочной политике, еще и важен как потенциал для реализации инновационных решений.

Перспективы дальнейших изысканий данного направления. Для страховых организаций страхование в сфере каршеринга – это не только новые риски, но и новые возможности, которыми нужно научиться управлять. В поиске способов обеспечения эффективности работы страховщиков на проблемном сегменте рынка видятся новые исследовательские задачи, имеющие высокий практический интерес.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Завьялов Д. В., Пищикова О. В., Сагинова О. В. Эволюция концепции городской мобильности // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. № 2. С. 309-320.
2. План мероприятий («дорожная карта») Национальной технологической инициативы «Автонет» (приложение № 2 к протоколу заседания президиума Совета при Президенте РФ по модернизации

экономики и инновационному развитию России от 24.04.2018 № 1) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».

3. Люшечев И. З. Гражданско-правовое регулирование отношений по совместному использованию транспортных средств на примере каршеринга // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2019. №2.

4. Филиппов С. А., Переярина П. О. Каршеринг как новое явление в гражданском праве Российской Федерации // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2019. №3 (128). С.138-144.

5. Брушкова Л. А., Кузнецов К. В. Социально-экономические риски пользователей каршеринга в московском мегаполисе // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. № 10(1). С. 38-45. DOI: 10.26794/22267867-2020-10-1-38-45.

6. Нефедова А.И., Фурсов К.С. Спрос на каршеринг в России: портрет потенциальных пользователей // Журнал социологии и социальной антропологии. 2019. №22 (6). С. 150–171. [Электронный ресурс] // <https://doi.org/10.31119/jssa.2019.22.6.9>.

7. Малиновский М. П., Аракелян Т. К. Каршеринг: проблемы участников и сторонних лиц // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. 2018. № 3 (17). С. 2.

8. Горбатенко Д. С. Аварийность на автомобильном транспорте, используемом в режиме каршеринга // Научно-технический вестник Поволжья. 2019. № 12. С. 59-61.

9. Дисциплина О. Б., Миронова Т. Г. Экономика совместного потребления в России и за рубежом // Россия и Азия. 2018. № 4 (5). С. 33-42.

10. Чулмяков К. С., Федотова О. А. Финансовые риски, плюсы и минусы каршеринга // Актуальные проблемы развития финансового сектора: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. 2018. С. 615-620.

11. Атрушкевич Е. Б., Николаев А. М. Риски внедрения каршеринга во внутренний автопарк компании // Экономические и управленческие технологии XXI века: теория и практика, подготовка специалистов: материалы методической и науч.-практ. конф. 2019. С. 70-73.

12. Коринченко Р. И. Исследование основных параметров, влияющих на развитие каршерингового сервиса в Санкт-Петербурге // Научная сессия ГУАП: сб. докладов. В 3-х частях. 2018. С. 113-117.

13. Голованов В. Без машины на машине: сравнительный обзор услуг каршеринга в Москве [Электронный ресурс] // <https://habr.com/ru/post/406539/>

14. Поддубчик Я. Страхование в каршеринге. Как это работает? [Электронный ресурс] // <https://truesharing.ru/tp/15718/>

15. Колесников Ю.А. Правовое регулирование рынка автострахования в условиях глобализации // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7. № 4 (25). С. 363-366.

16. Баклунова О.Б. Система социальной безопасности в России и в Бельгии: сравнительный анализ // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2017. Т. 6. № 1 (18). С. 320-324.

17. Макаренко Е. А., Песоцкий А. Б. Применение методов геймификации и телематики в страховании автотранспорта в России // Инновационная деятельность. 2019. № 4 (51). С. 92-99.

18. Рамазанова Ф. М. Влияние цифровых технологий на будущее транспортного страхования // Форум молодых ученых. 2019. № 4 (32). С. 903-906.

19. Концепция обеспечения безопасности дорожного движения с участием беспилотных транспортных средств на автомобильных дорогах общего пользования (утв. Распоряжением Правительства РФ от 25.03.2020 N 724-р) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».

20. Жигас М. Г. Развитие страховой защиты и финансово-экономические особенности страховой деятельности // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2014. № 4. С. 28-39.

21. Хитрова Е.М. Методы финансирования риска и условия их использования // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2013. № 3. С. 5.

22. Хитрова Е.М. Страхование как способ защиты имущественных интересов граждан: современный аспект // Будущее российского страхования: оценки, проблемы, точки роста: сб. трудов XVII междунар.науч.-практ. конф. 2016. С. 476-483.

23. Тузов А. Каршеринг как отдельная категория страхования [Электронный ресурс] // <https://promdevelop.ru/karshering-kak-otdelnaya-kategoriya-strahovaniya/>

24. Машков А. Каршеринг нужно страховать отдельно [Электронный ресурс] // <https://trueinsurance.ru/news/insurance/2019/12/25/karshering-nuzhno-strahovat-otdelno.html>

25. Страхование каршеринга: основные проблемы нового рынка на опыте России [Электронный ресурс] // http://tristar.com.ua/1/art/strahovanie_karsheringa_osnovnye_problemy_novogo_rynka_na_opyte_rossii_12776.html.

26. Приказ Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры г. Москвы от 02.09.2015 № 61-02-283/5 «Об утверждении Требований к цветографической окраске транспортных средств, используемых для оказания услуги каршеринг» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».

27. Постановление Правительства Москвы от 31.08.2011 № 405-ПП «О городской поддержке таксомоторных перевозок и услуги каршеринг в городе Москве» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».

28. Кислицына Л. В., Суворов Н. С. Актуальные вопросы организации процесса финансирования предприятий малого бизнеса // Baikal

Research Journal. 2016. Т.7, № 4. DOI 10.17150/2411-6262.2016.7(4).7

29. Бахматов С. А., Кайгородцева Ю. В. Страхование предпринимательских рисков: основные виды и их особенности в современных условиях // *Baikal Research Journal*. 2015. Т. 6. № 4. DOI 10.17150/2411-6262.2015.6(4).1

30. Хитрова Е.М. Интересы участников страхового рынка и риски их реализации // *Бизнес. Образование. Право*. 2016. № 1 (34). С. 136-140.

31. Кузнецова Н. В. Благосостояние населения как фактор развития страхового рынка // *Baikal Research Journal*. 2016. Т. 7, № 6. DOI: 10.17150/2411-6262.2016.7(6).3.

32. Кузнецова Н.В. К вопросу об удовлетворенности страховыми услугами и формирование спроса на страхование // *Экономика и предпринимательство*. 2018. № 3 (92). С. 779-783.

Статья поступила в редакцию 18.06.2020

Статья принята к публикации 27.08.2020