

基于解释结构模型的共享汽车接受度影响因素分析

——以青岛为例

青岛大学 倪珍妮 胡桥 吴浩 鲁逸宽

摘要: 基于解释结构模型技术,从企业角度对影响共享汽车接受度的因素进行全面分析,建立共享汽车接受度影响因素的解释结构模型,认为前期公司投入建设成本过高是最根本原因。同时,取车不便、安全责任风险承担不明确、押金退还周期长并且金额较高、续航能力较弱等因素对共享汽车接受度有直接影响,所以需要从定位好前期发展的客户群体、平台形象的建设、抓住政府的正向政策、汲取国内外共享汽车运营的成功经验,因地制宜、尽量避免低价竞争等方面进行不断改进,以达到提高共享汽车接受度并更好推广的目的。

关键词: 解释结构模型 共享汽车 影响因素 市民接受度

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2018)04(b)-159-02

城市交通拥堵是目前青岛市面对的一大严峻问题,城市内交通拥挤的现象也在很大程度上制约着人们的生活和出行及城市的发展。不同于传统的汽车租赁方式,汽车共享是不再注重车辆的所有权,而是注重其使用权,将私家车公共化的一种新的商业模式。为了解决我国城市面临的交通拥堵问题以及环境污染问题,有必要在我国城市推广汽车共享。然而共享汽车目前在青岛并未实现很好的普及,群众对于共享汽车的接受度普遍较低。本文重点从企业角度分析影响共享汽车接受度的因素,并提出相应的改进措施。

1 共享汽车接受度的影响因素

经过小组讨论和调查研究,提取了影响人们对共享汽车接受度22个因素,如下所示:

- S1: 青岛政府尚未出台相应的管制政策(各种违章处罚细则);
- S2: 青岛政府尚未给予一定补贴以及政策支持;
- S3: 青岛市停车场地不足;
- S4: 充电桩与停车位一体结构难以普及(成本过高);
- S5: 汽车取停不便;
- S6: 公司规模普遍较小,拥车量较低;
- S7: 安全责任风险承担不明确;
- S8: 押金退还周期长并且金额较高;
- S9: 共享汽车续航能力较弱;
- S10: 汽车以及停车位充电桩等维护费用较高;
- S11: 日租收益远低于运营成本;
- S12: 停车位易被社会车辆占用;
- S13: 车内卫生较差;
- S14: 尚未建立完善的用户信用风险制度;
- S15: 处罚过程较为繁琐;
- S16: 对于使用过程中突发情况处理(使用中汽车故障);
- S17: 不能实现临时贮存功能;
- S18: 用户每小时使用费用较高;
- S19: 公司监管困难;
- S20: 尚未建立合理的停车网络;
- S21: 公司前期投入建设成本较高;

S22: 公司各项规章制度尚未明确(安全责任、违规处理、突发情况等)。

2 建立共享汽车接受度的解释结构模型

将各要素逐一比较,将两项关系的有无归纳成邻接矩阵A的形式。邻接矩阵各元素的取值原则为:当两项关系成立时为1,不成立时为0,如表1所示。

表1

	s1	s2	s3	s4	s5	s6	s7	s8	s9	s10	s11	s12	s13	s14	s15	s16	s17	s18	s19	s20	s21	s22
s1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
s4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
s5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s6	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
s7	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s8	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s10	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
s12	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
s14	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
s15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
s16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
s17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
s18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
s19	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
s20	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
s21	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
s22	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1

根据邻接矩阵A,利用计算机技术进行矩阵运算,对要素及其相互关系等信息进行处理,最终构造出一个多层递阶解释结构模型(篇幅限制本文省略中间过程),如图1所示。

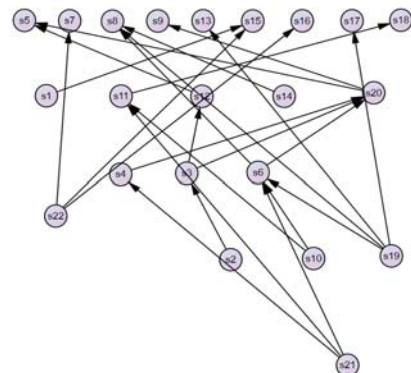


图1

作者简介:倪珍妮(1997-),女,汉族,山东烟台人,管理学本科在读,青岛大学商学院信息管理与信息系统专业。

3 共享汽车接受度影响因素分析

根据结构解释模型,共享汽车接受度的各影响因素大致可以分为六个层次。结合共享汽车接受度的实际情况,对这个层次做出解释分析。

第一层次包括汽车取停不便、安全责任风险承担不明确、押金退还周期长并且金额较高、共享汽车续航能力较弱,车内卫生较差、处罚过程较为繁琐、对于使用过程中突发情况处理(使用途中汽车故障)、不能实现临时贮存功能、用户每小时使用费用较高这九个直接因素。该层分析显示,影响共享汽车普及最直接因素是企业对于共享汽车的监管体系尚未完善,在简化用户操作,明确风险监管制度等方面有待提高。

第二层次包括青岛政府尚未出台相应的管制政策(各种违章处罚细则)、日租收益远低于运营成本、停车位易被社会车辆占用、尚未建立完善的用户信用风险制度、尚未建立合理的停车网络这五个因素。这五个因素具有一定的关联性,因素间部分效果是重复。其中加强监管,减少充电车位被私家车占用的情况,以及优化停车网络是较为有效的方法。

第三层次青岛市停车场地不足、充电桩与停车位一体结构难以普及(成本过高)、公司规模普遍较小,拥车量较低这三个因素。这三个因素可以说具有高度互动,这些因素之间的相互影响程度较大,其中任意要素的水平过低,都会使整个系统的水平有所下降。

第四层次仅有公司各项规章制度尚未明确(安全责任、违规处理、突发情况等)这一个因素。说明这一个因素是对共享汽车的接受度产生了直接影响。在整体提升前三层次的基础上,如果忽略了公司各项规章制度需要明确这一因素,用户可能不了解安全责任的承担,违规处理的规则,突发情况的如何处理,从而不去使用共享汽车。因此尽快明确公司各项规章制度,是最直接增加共享汽车接受度的一个因素,但只能在一定范围内发挥作用,不会超过前三个层次决定的接受度。

第五层次包括青岛政府尚未给予一定补贴以及政策支持、共享汽车续航能力较弱、公司监管困难这三个因素。这三个因素之间依然具有一定程度的关联性,缺乏补贴,汽车续航能力弱,公司监管困难都在一定程度上限制了共享汽车平台及公司的发展速度,以及共享汽车的接受度。

第六层次包括仅有公司前期投入建设成本较高这一个因素。该因素是影响共享汽车普及的根本因素,公司前期的生存问题与共享汽车的接受度息息相关。如果平台及公司在发展过程中夭折的话,共享汽车将难以在社会层面进行普及和广泛接受。

4 推动共享汽车稳步发展的建议

4.1 定位好前期发展的客户群体

调查分析的显示,18~40岁之间的高学历,高收入群体对于共享汽车的接受程度是很高的,对于这种新鲜的出行方式,他们会选择去尝试和支持。所以刚开始的施行阶段,在大学生以及中青年白领之内进行推广工作是最为立竿见影的,相信从CBD,大学校园辐射而出的共享汽车行驶在大街小巷会在很快的一段时间内做出最为积极有效的宣传工作,引发越来越多人对于共享汽车的兴趣,直至上升到社会层面的普遍关注。

4.2 平台形象的建设

对于共享汽车租赁方要设立一定的门槛,要求所有车辆取得合法的运营资质和每年的必要的车辆检查报告,及时并且透明的

公布一些必要的信息。建立一套健全的风险责任制度,在车辆出现故障和驾车发生事故之后的处理上,变得更加及时。做好索赔工作,降低出现事故时保险公司的拒赔风险。可以建立自己的用户体系与会员机制,做好汽车周期性的清洁与维修工作。在官方的媒体平台和年轻人喜欢接触的舆论中投放广告。

4.3 抓住政府的正向政策

政府支持合法的汽车共享,尤其是新能源汽车和小排量的汽车。所以在这种情况下,将公司业务定位到单向分时租赁是积极的,也是极具优越性的,并且以新能源汽车作为租赁车辆会获得政策补贴,会降低一定的成本。甚至做到政府主导,政府入股,通过政府的管理经验的转移和企业生产能力的提升来长期运营汽车共享业务。

4.4 尽量避免低价竞争

资本能否良好运作决定了一个公司甚至行业的寿命。共享汽车行业本身就具有高额的资金需求,难以实现规模效应。如果起步期的共享汽车行业,平台公司之间通过长期砸钱进行市场占领的话,整个市场将会进入一个恶性竞争的状态,很多共享单车公司的资金链断裂,导致最后退出市场。一个好的产品,一个合理的定价,我们认为消费者是可以接受的,这个行业长期发展会影响到汽车制造业的利益,如果经营不善,很容易失去发展活力,被汽车企业所收购,从而不了了之。拥有稳定的收益,是企业首当其冲的目标,其次合理的融资战略更会为企业发展锦上添花。

5 结语

共享汽车是介于公交出行和私家车之间一种新型的交通出行方式,蕴藏着巨大的市场。同时,由于城市机动化的快速发展,青岛市交通拥堵和环境污染问题日益严重,采取汽车共享这种新的商业模式显得尤为重要。目前电动共享汽车在青岛还处于初期阶段,资源相对较多,但是远没有满足广大市民的出行需求,需要在总结管理、运营经验的基础上进一步大面积推行。本文详细探讨了影响共享汽车接受度的各要素的结构层次关系,并提出了相应的整改措施,为共享汽车企业的改进和发展提供了可以参考的依据。

参考文献

- [1] 陆芸,马钧.我国汽车共享发展趋势探讨[J].汽车实用技术,2016(2).
- [2] 孙慧,周颖,范志清.基于解释结构模型的公交客流量影响因素分析[J].北京理工大学学报(社会科学版),2010(1).
- [3] 朱学杰.国内共享汽车行业发展现状及趋势探讨[J].科技创新与应用,2016(29).
- [4] 吕晓菲.共享汽车发展的困境及其对策研究——与共享单车对比论证[J].现代商贸工业,2017(19).
- [5] 汪鸣泉.纯电动汽车共享推广可行性研究[J].交通与运输(学术版),2013(1).
- [6] 王新源.北京市发展共享汽车服务的运营策略研究[J].时代金融旬刊,2014(1).