

УДК 338.1

К. А. Татаринов

ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», Иркутск,
e-mail: tatarinov723@gmail.com

С. М. Музыка

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный аграрный университет
имени А.А. Ежевского», Молодёжный, e-mail: ignitmuz@mail.ru

Н. Н. Аникиенко

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный аграрный университет
имени А.А. Ежевского», Молодёжный, e-mail: anikienkonikolai@mail.ru

И. А. Савченко

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный аграрный университет
имени А.А. Ежевского», Молодёжный, e-mail: innasava2016@mail.ru

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ЭКОНОМИКИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Ключевые слова: экономика совместного потребления, культура обмена, одноранговый обмен, каршеринг, P2P-платформа, трансьюмеризм, экономика сотрудничества.

Основа экономики совместного потребления – это следование принципу «не владеем единолично, а пользуемся совместно», что позволяет создавать новые бизнес-модели на основе цифровых платформ. Помимо прямых эффектов, таких как снижение выбросов углекислого газа от автомобилей и повышение эффективности использования недвижимости, возможны и отрицательные последствия, например, снижение социальной защищенности людей или диктат владельцев цифровых платформ. Будущее новой экономики как одной из ветвей платформенной экономики в третьем десятилетии 21 века – это всегда оптимистичные экологические и социальные ожидания. Потребительские выгоды, связанные с экономикой совместного потребления, изначально относительно очевидны. Однако возросшее совместное использование ресурсов также порождает целый ряд социально значимых вопросов, которые необходимо сопоставить с потенциальными выгодами. Риски для потребителей возникают, в частности, в том случае, если новые поставщики услуг обходят правовые нормы или социальные стандарты, в результате чего потребители оказываются в невыгодном положении. В статье описаны существующие модели экономики совместного использования в зависимости от групп участников, подчеркнута важность доверия между участниками и спрогнозированы тренды развития.

К. А. Татаринов

Baikal State University, Irkutsk, e-mail: tatarinov723@gmail.com

S. M. Muzyka

Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Yezhevsky, Molodozhnyy,
e-mail: tatarinov723@gmail.com

N. N. Anikienko

Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Yezhevsky, Molodozhnyy,
e-mail: tatarinov723@gmail.com

I. A. Savchenko

Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Yezhevsky, Molodozhnyy,
e-mail: tatarinov723@gmail.com

OPPORTUNITIES AND RISKS OF THE SHARING ECONOMY

Keywords: sharing economy, sharing culture, peer-to-peer exchange, car sharing, P2P platform, transumerism, collaboration economy.

The basis of the sharing economy is following the principle of “not owning alone, but using together,” which allows for the creation of new business models based on digital platforms. In addition to direct effects,

such as reducing carbon dioxide emissions from cars and increasing the efficiency of real estate use, negative consequences are also possible, for example, a decrease in the social security of people or the dictates of the owners of digital platforms. The future of the new economy as one of the branches of the platform economy in the third decade of the 21st century is always optimistic environmental and social expectations. The consumer benefits associated with the sharing economy are initially relatively clear. However, increased resource sharing also raises a number of social issues that need to be weighed against potential benefits. Risks for consumers arise, in particular, if new service providers circumvent legal regulations or social standards, resulting in consumers being disadvantaged. The article describes existing models of the sharing economy depending on groups of participants, emphasizes the importance of trust between participants and predicts development trends.

Введение

Экономика совместного потребления характеризуется разделением ресурсов и вместо того, чтобы вкладывать огромные деньги в недвижимость, личные автомобили или вещи, которыми будет пользоваться ограниченное время, современный человек делится с другими объектами, пространствами и идеями [2]. Примеры экономики совместного использования можно найти практически во всех сферах жизни: дети играют с взятыми напрокат игрушками из Toy Box, мастер по ремонту приглашается через Profi, попутчика для поездки находят с Uber, а отдых в частном секторе бронируют через AirBnB или Booking [14]. Культура обмена – это не совершенно новое явление. Соседи посредством неформального общения, например, помогают при строительстве дома, а библиотеки и музеи существуют на протяжении веков. В коммерческом секторе дорогое оборудование или машины приобретаются и используются совместно, например, уборочные комбайны в сельскохозяйственных кооперативах всегда покупают вскладчину и эксплуатируют поочередно. Однако новым сейчас является скорость и диапазон транзакций. Два десятилетия назад попутчика для поездки в другой город искали через знакомых или на доске объявлений, а сегодня ее можно организовать за считанные минуты с помощью приложения.

Цель статьи – определить положительные и отрицательные стороны однорангового обмена, а также указать на тенденции развития экономики сотрудничества.

Материалы и методы исследования

Для достижения поставленной цели был проведен анализ российских периодических публикаций. Были определены основные типы экономики совместного использования, бизнес-модели в зависимости от групп участников и перспективы развития. В работе были использованы методы

сопоставления, анализа, сравнения и монографический метод.

Результаты исследования и их обсуждение

Экономика совместного использования очень быстро развивалась в последние годы и в ходе этого развития стал очевиден ряд амбивалентных макро- и микроэкономических последствий, например, отели не выходят на планируемые экономические показатели из-за роста посуточных квартир на Airbnb, Booking и Avito, а совместное использование личных автомобилей не приводит к снижению пассажирского трафика, поскольку лишь происходит замена поездки, которая в противном случае совершалась бы на общественном транспорте. Кроме того, владельцам платформ обмена присуща склонность к образованию монополий, и благодаря своей рыночной власти они могут получать значительную долю прибыли от операций обмена. Платформам свойственен сетевой эффект, когда выгода от платформ как для поставщиков услуг, так и для пользователей возрастает с увеличением охвата обеих сторон. Поэтому быстрорастущие платформы становятся все более привлекательными и власть операторов платформ над поставщиками услуг увеличивается. Данные, полученные в результате обмена между поставщиками услуг и пользователями, принадлежат платформам и используются ими для разработки новых или улучшения существующих бизнес-моделей, что также поднимает вопрос о защите персональных данных.

Суть экономики совместного использования – это следование принципу, согласно которому люди с помощью цифровых платформ предоставляют за деньги друг другу ограниченную по времени возможность пользоваться мало эксплуатируемыми физическими активами. Выделяют три основных типа экономики совместного использования:

1. «Подержанная» экономика, т.е. покупка и продажа бывших в употреблении товаров благодаря таким платформам, как Avito, eBay, Юла и т.д.

2. «Прокатная» экономика, ориентированная на временное использование продуктов, остающихся во владении профессиональных поставщиков, например, прокат велосипедов, автомобилей, инструмента и т.д.

3. «Гиг-экономика», которая предполагает предоставление по краткосрочному договору услуг, а не товаров, при этом оплата идет исполнителю не за количество отработанных часов, а за результат [7, 9].

Хоть и совместное использование существует уже давно, но только цифровые платформы сделали услуги совместного использования доступными для широкого круга людей [16].

Основная проблема экономики совместного использования – это необходимость доверять незнакомцам в онлайн-контексте, например, в сфере совместного проживания существует, с одной стороны, зависимость от незнакомого человека и с другой стороны, необходимость верить в то, что бронируемое жилье, соответствует фотографиям [1]. Факторы доверия могут вызывать неопределенность, если они не воспринимаются как заслуживающие доверия или если их достоверность подвергается сомнению [10].

Модели совместного использования сейчас существуют во всех сферах экономики. Что касается автомобилей и ночлега, предложения особенно популярны в сфере P2P, поскольку автомобили и недвижимость являются относительно высококачественными активами, поэтому транзакционные издержки использования платформ обмена, которые все еще существуют, благоприятны для потенциального дохода с точки зрения поставщика и экономии с точки зрения покупателя [4]. Чем ниже стоимость рассматриваемых активов, тем менее привлекательными и, следовательно, популярными становятся предложения по обмену [8]. Например, платформы для обмена ручными инструментами или садовым инвентарем еще не пользуются такой же популярностью, как обмен предложениями в области мобильности и ночлега.

Экономика совместного потребления включает в себя широкий спектр бизнес-моделей, участников и рынков. Также существует множество определений и подходов к ее дифференциации. В зависимости

от групп участников, обычно различают модели «бизнес-потребитель» (B2C), «бизнес-бизнес» (B2B) и «потребитель-потребитель» (C2C) и одноранговый обмен (P2P). Модель совместного использования в секторе B2C осуществляется компанией централизованно и координируется с частными пользователями. Например, клиенты ToU Vox могут выбирать онлайн-игрушки, которые им нужны, и брать их напрокат через почту на ежемесячной основе. Сама бизнес-модель соответствует традиционной аренде (прокат автомобилей, велосипедов, лодок и т.д.). Новизна заключается в том, что эта бизнес-модель в прошлом не была конкурентоспособной, поскольку охватывала лишь ограниченное число клиентов. Сегодня пользователи не привязаны к местоположению, а онлайн-продвижение позволяет охватить группы клиентов, которые ранее не были доступны. Еще одним примером в B2C секторе является упрощенная координация услуг через онлайн-порталы, например, Profi. Основное отличие от традиционного рынка услуг ремонта заключается в том, что большое количество мастеров-ремонтников и клиентов вступают в контакт через онлайн-порталы. В модели B2B происходит совместное использование ресурсов между двумя бизнесами. Примером является совместное использование ресурсов двумя или более компаниями, например, приложение для совместного использования офисов Simple Office. Новым здесь являются возможные применения инновационных коммуникационных технологий, которые позволяют лучше удовлетворить индивидуальные пожелания клиентов благодаря быстрой и несложной координации спроса и предложения, будь то разовое или долгосрочное бронирование. Наиболее популярное совместное использование наблюдается в области вычислительных мощностей и специализированного программного обеспечения. Обмен между частными лицами происходит по модели C2C, где неиспользуемое личное имущество, в том числе хранящиеся в гаражах, балконах и дачах может быть сдано в аренду по символическим ценам. Одним из примеров является Twogo – приложение совместного использования автомобилей и парковочных мест [5]. При этом частные лица имеют возможность проявлять предпринимательскую энергичность тогда и в той степени, в которой им

это удобно. На P2P-платформах обмен информацией и договорные отношения заключаются с незнакомцами быстрее, прозрачнее и чаще, чем с друзьями, то есть одноранговый обмен создает совершенно новые ранее не существовавшие рынки. Отличие их от виртуальных досок объявлений в том, что личный контакт между поставщиком и покупателем сведен к минимуму. Например, бесплатный гибкий каршеринг через Sharoo Vox обеспечивает гибкую аренду автомобиля без передачи ключей, используя только приложение на смартфоне. Авторитетные компании используют P2P-платформы в качестве дополнения к своей сфере бизнеса, например, JustPark BMW – это приложение, которое позволяет людям заранее бронировать парковку в конечной точке маршрута. В представленных моделях поставщик-заказчик идея совместного использования реализуется по-разному и можно провести явное различие между простым неинтенсивным использованием физических активов посредством перехода права собственности и намного более интенсивным использованием без перехода права собственности. В дополнение, за границами традиционных рынков услуг возникает новая форма согласования спроса и предложения. В результате возникают совершенно разные коллаборативные бизнес-модели, например, платная аренда автомобилей с бесплатной едой. Однако, делается это производителями продуктов питания из чистого альтруизма или преследуются маркетинговые цели, неизвестно.

Технологический прогресс изменил координату спроса и предложения и онлайн-сервисы позволяют легко, быстро и экономично связаться там, где ранее требовалось личное взаимодействие [15]. При этом увеличивается скорость реакции игроков и повышается вероятность совершения транзакций. Все представленные выше модели выигрывают от снижения транзакционных издержек и расширяют охват своей деятельности. Предпринимательская деятельность сегодня менее ограничена регионально, чем раньше. Механизмы отзывов, рейтингов репутаций и штрафных санкций являются неотъемлемой частью цифровых платформ, что повышает прозрачность бизнеса и укрепляет верховенство потребителей. В то же время вышеупомянутые преимущества P2P-платформ облегчают выход на рынок част-

ным лицам и небольшим компаниям, так как позволяют начать бизнес без высоких первоначальных затрат и специальной квалификации. Частные лица могут, например, зайти в качестве поставщика на Wildberries, даже в качестве самозанятого.

Модели совместного использования способствуют активизации конкуренции и повышению экономического благосостояния обычных граждан [13]. Во многих случаях неясно, в какой степени нормативные акты и юридические требования одинаково применимы к традиционным компаниям и к P2P-платформам и действующим на них провайдерам [6]. Неясные правила касаются работы, предлагаемой на данных цифровых сервисах, соблюдения требований трудового законодательства и аспектов налогового контроля [11]. Также невозможно четко предсказать, как большое предложение подержанных товаров, бартерные предложения и возможности обмена товарами повлияют на поведение спроса в целом на данных рынках.

Выводы

В заключение можно указать на то, что в цикле обратной связи экономика сотрудничества формирует следующие тенденции:

1. Возникает экономическая выгода от владения, что улучшает общее благо, так как малое пользование физическими активами считается неэффективным и расточительным, например, никому не нужна лестница, детская игрушка или автомобиль все 24 часа в сутки, и поэтому с экосоциальной точки зрения их следует использовать сообща.

2. Формируются положительные экологические последствия, так как вещи используются чаще и большим количеством людей, тем самым экономятся ресурсы, что побуждает производителей отказаться от запланированного морального и физического «устаревания» и производить потребительские товары с максимально длительным сроком использования. Такой подход к производству раскрывает значительный потенциал для повышения эффективности использования ресурсов и формирует новый потребительский тип потребления – трансьюмеризм, когда высококомбинированный потребитель, не приобретает товар, а берет его во временное пользование для немедленного удовлетворения своих потребностей.

3. Создаются эффекты социальной синергии, укрепляется взаимное уважение и солидарность между людьми, а также посредством краудфандинга (коллективного сотрудничества людей), население с низкими доходами лучше интегрируется в общественное пространство [3].

4. Системы репутации в Интернете, оценивающие поведение пользователей, например, как управляют они автомашиной, позволяют доверять незнакомцам, которых никогда ранее не встречали, что создает «френджеров» – это что-то среднее между незнакомцами и друзьями.

Авторы предполагают, что тенденция «использование вместо владения» продолжит свое развитие через дальнейшее упрощение транзакций и повышение их безопасности с помощью новых технологий, таких как блокчейн. В новой экономике по-прежнему существует большая потребность в описаниях, и наука будет способствовать лучшему пониманию различных бизнес-моделей и их влияния на рынок. Кроме того, возникают вопросы, требующие разъяснения, касающиеся не только налогового законодательства, но и страхования ответственности и охраны труда [12].

Библиографический список

1. Абсалямов Т.Б., С.Г. Абсалямова Экономика совместного потребления: различия в подходах к определению сущности экономической модели // Казанский экономический вестник. 2020. № 3 (47). С. 5-9.
2. Амирова Э.Ф., Сахбиева А.И., Калякина И.М., Гаврильева Н.К. Экономика совместного потребления: цифровой формат // Альманах Крым. 2021. № 23. С. 31-37.
3. Баева О.Н., Малышенко Г.В. К вопросу о сущности и масштабах использования краудсорсинга // Baikal Research Journal. 2017. Т. 8, № 2. С. 27.
4. Гимранов Г.А. Влияние экономики совместного потребления на транзакционные издержки // Kant. 2021. № 2 (39). С. 47-50.
5. Дигилина О.Б., Миронова Т.Г. Экономика совместного потребления в России и за рубежом // Россия и Азия. 2018. № 4 (5). С. 33-42.
6. Долгова М.В. Конкурентоспособность бизнес-модели экономики совместного потребления // Финансы, деньги, инвестиции. 2018. № 4 (68). С. 8-12.
7. Долженко Р.А., Бикметов Р.И. Возможности использования краудсорсинга профсоюзами для развития охраны труда // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2018. № 2 (36). С. 27-35.
8. Игошина Д.Р., Тихонюк Н.Е. Реальное и потенциальное влияние экономики совместного потребления // Инновационное развитие экономики. 2019. № 3 (51). С. 89-96.
9. Немировская Е.П. Технология краудсорсинга как фактор инновационного развития: теоретический анализ // Baikal Research Journal. 2016. Т. 7, № 5. С. 10.
10. Османова З.О. Экономика совместного потребления: особенности, структура и тенденции развития // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2020. № 3 (52). С. 176-184.
11. Пряжников О.Н. Экономика совместного потребления в ЕС: основные проблемы развития // Экономические и социальные проблемы России. 2020. № 4 (44). С. 121-131.
12. Ребязина В.А., Березка С.М., Антонова Н.Г. Отношение потребителей к экономике совместного потребления в России // Российский журнал менеджмента. 2020. Т. 18, № 2. С. 255-278.
13. Рыжкова М.В., Глухов А.П. Сопротивление цифровизации разных сегментов конечных потребителей цифровых платформ: результаты эмпирического исследования / М.В. Рыжкова // Известия Байкальского государственного университета. 2020. Т. 30, № 4. С. 522-531.
14. Тесленко И.Б., Савельев И.И., Царев А.О. Экономика совместного потребления: сущность и особенности // Вестник Академии. 2019. № 2. С. 5-13.
15. Хусяинов Т.М., Урусова Е.А. От общества потребления к экономике совместного пользования // Философия хозяйства. 2017. № 6 (114). С. 132-146.
16. Шарко Е.Р. Развитие бизнеса в условиях экономики совместного потребления // Социальные науки и социальные науки. 2020. № 2 (2). С. 116-126.