

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Головецкий Николай Яковлевич,

*канд. экон. наук, профессор департамента корпоративных финансов и корпоративного управления
Финансового университета при Правительстве РФ,
e-mail: nik1957@mail.ru,*

Гребеник Виктор Васильевич,

*д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры бухгалтерского учета,
налогообложения и таможенного дела
Московского университета им. С.Ю. Витте,
e-mail: gvik65@mail.ru*

Статья посвящена проблеме совместного потребления и его значению для изменения подхода к экономике и управлению проектами в интернет-отрасли и сфере услуг. Отмечено, что среди основных преград для развития социального капитала в нашей стране – деградация политической системы, отсутствие конкуренции, тотальное огосударствление экономики, патернализация общества и торможение процессов формирования гражданского общества. Сделан вывод, что в силу специфики российской действительности экономика совместного потребления имеет потенциал к значительному росту.

Ключевые слова: экономика совместного потребления, каршеринг, стартап, бартер, аренда, совместные ресурсы, модерация, цифровая экономика

DOI 10.21777/2587-9472-2017-4-21-26

Новая социально-экономическая модель sharing economy – экономика совместного потребления – по всем признакам, окончательно меняет отношение к собственности и потреблению во всем мире. Начав с недвижимости и транспорта, мы переходим к совместному владению зонтиками и совместному пользованию отоплением в домах. Онлайн-платформы, позволяющие людям и компаниям совместно использовать принадлежащие им ресурсы, уже создали мировой рынок с объемом более \$15 млрд и перспективой роста до \$335 млрд к 2025 г. [4].

Термин «совместное потребление» используется для описания экономической модели, основанной на коллективном использовании товаров и услуг, бартере и аренде вместо владения [10]. От крупных торговых площадок, таких, как eBay и Amazon, к менее распространенным, таким, как система для обмена путешествиями (Airbnb) и каршеринг (Zipcar или RelayRides), совместное потребление переосмысливает не только то, что люди приобретают, но и то, как они это потребляют [10]. Совместное потребление основано на идее, что иногда удобнее платить за временный доступ к продукту, чем владеть им.

Сегодня самыми популярными сферами экономики совместного потребления являются каршеринг и сервисы аренды жилья. Каршеринг – от англ. car sharing – дословно означает, что хозяин машины делится ею с кем-то еще.

Самым знаменитым примером каршеринга является сервис по заказу такси Uber. Данный сервис был признан самым дорогим стартапом в мире, что говорит о признании инвесторами экономики совместного потребления как одной из главных отраслей экономики будущего. История Uber является наиболее показательной среди сервисов каршеринга не только из-за гигантской оценки инвесторов. В компании используют современные технологии для разработки и внедрения новых услуг. О некоторых из них необходимо сказать, так как они не имеют аналогов у конкурентов и наилучшим образом характеризуют совместное потребление.

Одно из последних нововведений данного сервиса – это услуга Uberpool. Данная услуга позволяет нескольким людям, которые заказывают такси в одно время и поездки которых имеют общий маршрут, совершить совместную поездку, а цену разделить между собой. Это является довольно новым и разумным способом, чтобы справиться с пробками на дорогах, а также уменьшить количество вы-

бросов углекислого газа в атмосферу. Новые торговые площадки, такие, как Profi.Ru, Юла и Avito – как ранее «Из рук в руки», но в эпоху тотальной цифровизации экономики – позволяют обмениваться навыками, вещами, услугами и деньгами.

В России концепция совместного потребления начинает приобретать популярность в последние 5–7 лет, однако уже активно используются такие ресурсы, как OtdamDarom.ru (darom.org), ДаруДар, YouDo, BeepCar, BlaBlaCar, Делимобиль и др.

Идеи концепции *sharing economy* были сформулированы Рэйчел Ботсман и Ру Роджерс, соавторами книги «*What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*» [10]. В июне 2010 г. в эфире программы *Big Ideas* телеканал *NBC* показал выступление Ботсман на конференции *TED*, рассказывающей о новой социоэкономической модели, которая должна кардинально изменить потребление товаров и услуг [10]. В 2010 г. журнал *Time* «совместное потребление» назвал одной из десяти идей, которые изменят мир [11].

Концепция вторичного потребления и общего пользования не является новой. Десятилетиями многие общественные и частные организации использовали совместное потребление: библиотеки, секонд-хенд магазины, каршеринг, велошеринг. В последнее время благодаря развитию интернет-технологий, удешевлению доступа к всемирной сети и распространению мобильных устройств получила развитие идея *аренды товаров у других людей* (а не только организаций), особенно у проживающих по соседству [6].

Идея *sharing economy* основана на товарах, бывших в употреблении, которые передаются (временно или навсегда) от одного человека, которому они больше не нужны, к другому [7].

Совместное потребление получает развитие во многих секторах экономики, например: транспорт (машины – каршеринг, велосипеды), одежда, питание, жильё, аксессуары для дома, деньги (социальный кредит, виртуальные валюты, временные банки, криптовалюты), путешествия, помещения (хранение, паркинг).

Стимулом для развития экономики совместного потребления, с одной стороны, стали экономические потрясения, которые подтолкнули людей больше экономить на потреблении, а с другой – распространение информационных технологий: развитие высокоскоростного доступа в интернет, удешевление электроники и, что самое главное, популяризация и рост онлайн-сообществ по интересам, которые выработали свою систему модерации и правила игры, повысив уровень доверия между участниками на небывалый уровень.

Совмещая желание экономить и наступающую индустриализацию 4.0, предприниматели сегодня видят потенциал для развития новых бизнес-моделей. Они хотят максимально упростить процесс обмена между людьми прежде немислимых вещей – жилой площади, автомобилей, личных вещей.

Сформулируем основные принципы *sharing economy*. Это:

- максимизация экономического эффекта от использования имеющихся ресурсов;
- возможность получения дохода от не находящихся в постоянном потреблении собственных ресурсов;
- доверие участников.

Так, например, идея создать сервис по прокату автомобилей, который помогал бы водителям «окупать» свободные в автомобиле места за счет пассажиров, которым по пути, пришла в голову основателю *BlaBlaCar* Фредерику Маззелла совершенно случайно. Однажды в канун Рождества он не мог уехать из Парижа к родителям в пригород, потому что билетов на поезда и автобусы в кассах не оказалось. Идея оказалась востребованной: десятки тысяч людей испытывают такие же неудобства в связи с несовершенством государственной транспортной системы или отсутствием личного транспорта или частыми переездами, а тысячи водителей желают окупить свои траты на топливо.

Поколения *Y* и *Z* предпочитают брать окружающие их вещи в аренду за незначительную плату, нежели приобретать их за полную стоимость. Сегодня все большая доля потребителей не привязана к месту жительства или работы. Не обязательно иметь машину или водительские права, чтобы путешествовать.

Глобализация и информационные технологии сделали сосуществование людей более тесным. Это касается не только деловых отношений, но и простых людей, незнакомых друг другу. Сегодня репутации человека в онлайн-сообществе достаточно, чтобы мы доверили ему свою машину или квар-

тиру. Уровень доверия к незнакомцам (при наличии у них хорошей репутации в интернете) и далее, вероятно, будет расти [3].

Подружки друг у друга берут туфли, платья, сумочки, дети берут машину у родителей, друзья приезжают в гости к друзьям или вместе арендуют коттедж. Это всё составляет экономику нового типа – **экономику совместного пользования** (*sharing economy*), а людей, которые уже вовлечены в нее, на самом деле миллионы.

Благодаря развитию интернет-технологий и удешевлению средств связи, можно говорить о том, что явление *sharing economy* выходит за границы семьи и близких друзей и начинает работать между незнакомыми лично людьми.

С 2011 г. увеличилось количество проектов и людей, включённых в экономику совместного потребления. Делятся тем, что ничего не стоит для тебя, но ценно для других. Свободное место в машине, свободная комната, простаивающая техника или инструмент, безлимитная сеть *Wi-Fi* – эти ресурсы, товары или услуги уже оплачены, и если кто-то, кроме вас, этим воспользуется, вы ничего не потеряете.

В списке товаров и услуг, которыми люди охотнее всего делятся, лидируют жильё (снять, сдать), совместные путешествия (лидер рынка сервис *Airbnb*), транспорт (совместные поездки – *Uer*, *Lyft*, *Gett*, Яндекс Такси, Делимобиль, ВеерСар и др.), еда (совместные ужины), товары для туризма (совместные покупки, аренда у частных лиц), совместный *Wi-Fi*.

Совместное потребление – экономика предложения, экономика изобилия вместо экономики дефицита, которая имела место после промышленной революции. У домохозяйств возникают излишки ресурсов, которые они не используют в силу ограниченности потребностей. Совместное потребление – это экономика изобилия, пришедшая на смену экономики недостаточности.

Коммерческая реклама основана на внушении нехватки того или иного ценностного «ресурса» (здоровья, красоты, отдыха, роскоши, свободы) и предлагает товар, чтобы компенсировать этот дефицит. Совместное потребление устроено иначе: благодаря снижению стоимости производства потребительских товаров, росту уровня жизни индивидуум понимает, что у него есть (появляются) излишки, и он этим делится. От этого он чувствует себя свободнее, счастливее, ощущается достаток [1].

Рассмотрим причины, побуждающие экономических субъектов прибегать к *sharing economy*. Так, исследователи Университета Утрехта в Нидерландах выделили две группы причин участия в совместном потреблении:

- внешние – экономическая выгода, практическая необходимость, получение похвалы (вверх по пирамиде Маслоу);
- социальные – помощь другому человеку, знакомство с новыми людьми (коммуникация и социальная интеграция) [8].

При этом желание участвовать немного возрастает, если действие не подразумевает использования денег, особенно при обмене недорогими вещами, такими, как дрель или велосипед. В их исследовании были отмечены две корреляционные зависимости: рост дохода дестимулирует желание делиться, в то время как более высокий уровень образования увеличивает вероятность участия.

Учёные Технологического института г. Хельсинки [9] и бизнес-школы Копенгагена изучили 254 платформы совместного потребления, включая такие примеры, как донорство крови, и выявили, что регистрация и положительное отношение к таким платформам не является триггером к вовлечению экономического субъекта в *sharing economy*.

Еще один из стимулов участвовать в совместном потреблении – возможность узнать об особенностях потребления от предыдущих пользователей конкретной вещи или услуги. Многие коммерческие организации, участвующие в доленой экономике, практикуют рейтинговую систему, где и продавец, и покупатель имеют возможность оставить отзыв о продукте, услуге и рассказать об опыте эксплуатации. Это повышает уровень доверия и мотивирует участников платформы воспользоваться услугой или продуктом.

Каковы экономические предпосылки возникновения концепции экономики совместного потребления? «Несмотря на то, что долевая экономика стала возможной благодаря прорыву в технологиях, она подчиняется базовым экономическим законам», – утверждает исследователь из Чикагского университета Андрей Симонов. В её основе – снижение стоимости поиска информации

(асимметрия информации в прозрачном мире уходит в прошлое) и транзакции: сегодня мы почти мгновенно можем изучить особенности и характеристики размещенного на *Airbnb* жилья, оценить стоимость, комфорт (на основе опыта предыдущих пользователей) и время поездки с *Uber* или забронировать машину в *Zipcar*. Такие платформы исключают асимметричность информации, значительно упрощают доступ к рынку всех участников вне зависимости, позволяя им предлагать свои услуги и формировать репутацию.

Ключевой фактор – степень снижения издержек: с уничтожением барьеров входа на рынок и асимметрии информации владельцам квартир или транспортных средств становится выгодно сдавать своё имущество на короткий отрезок времени, предположим, на день или час. К примеру, автомобиль или любая другая вещь, используемая владельцем в течение 5 % времени, может быть полезна в оставшиеся 95 % времени другим участникам внутри децентрализованных сообществ.

Последствия долевой экономики неочевидны и неоднозначны. С одной стороны, совместное потребление должно уменьшить спрос на товары долгосрочного пользования (*durable goods*): если машина нужна только на уик-энд, вместо покупки ей можно воспользоваться через сервис аренды автомобилей. Таким образом, либо мы столкнемся с кризисом перепроизводства, либо с повальной безработицей. С другой стороны, покупка автомобиля становится выгоднее: ведь становится возможным (простым и безопасным) сдавать свое имущество на выходные и заработать, то есть совместное потребление должно увеличить спрос на автомобили. Тем не менее, в одном из недавних исследований учёных Нью-Йоркского университета [11] отражен тренд на снижение спроса на товары длительного пользования как более ощутимый и вероятный сценарий развития событий.

Долевая экономика усиливает конкуренцию и, как показывает история развития капиталистических отношений, следует ожидать перераспределения экономической выгоды в пользу потребителей. К примеру, учёные Бостонского университета показали, что появление *Airbnb* в Техасе в 2008 г. привело к снижению цен на арендуемое жилье на 6 %. Таким образом, появление долевой экономики оказалось выгодным всем, кроме владельцев отелей – сегодня через лоббистов (речь про США) они оказывают существенное давление на конгресс, пытаясь атаковать новый экономический уклад через изменение законодательства [13].

Рассмотрим институциональные и инфраструктурные условия для эффективного развития рассматриваемой концепции. Для расширения сфер применения *sharing economy* необходим социальный капитал – набор взаимосвязей, неформальных ценностей, норм доверия и поведения, позволяющий малознакомым людям сотрудничать и совместно потреблять. Доверие – основа такого капитала, согласно исследованиям Фрэнсиса Фукуямы.

Согласна с ним и ведущий научный сотрудник Высшей школы экономики Екатерина Борисова, но в то же время, по ее мнению, уровень социального капитала в России невысок: люди доверяют только своему кругу общения и не склонны доверять другим. Это подтверждается результатами опроса, проведенного Лабораторией прикладного анализа институтов и социального капитала [5]: 75 % россиян чувствуют полную ответственность за положение в своей семье и только 72 % практически не ощущают никакой ответственности за положение в своём городе.

Одна из основных преград для развития социального капитала в нашей стране – деградация политической системы, отсутствие конкуренции, тотальное огосударствление экономики, патернализация общества и торможение процессов формирования гражданского общества. Это с одной стороны. С другой – за счёт этой специфики российской действительности экономика совместного потребления имеет потенциал к значительному росту (с учетом эффекта низкой базы) в пределах тесных сообществ, таких, как многоквартирный дом или дачный кооператив, как считает доцент экономического факультета МГУ Александра Ставинская.

Например, жители одного многоэтажного дома в Москве создали собственную социальную сеть, через которую они обмениваются новостями, полезными контактами и различными вещами – саженцами растений, насосом для велосипеда, прикуривателем для автомобиля и т.д. Поэтому самое быстрое развитие долевой экономики в России вероятнее всего в уже связанных между собой сообществах.

Список литературы

1. Галкина Ю. Как совместное потребление позволяет сэкономить миллионы // The Village. – 2014. – 29 декабря [Электронный ресурс]. URL: <http://www.the-village.ru/village/people/experience/173265-ekonomika-sovmestnogo-potrebleniya> (дата обращения: 05.11.2017).
2. Дементьев И.А. Доверие как индикатор социального капитала // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». – 2011. – № 1.
3. Экономика совместного потребления – взгляд BlaBlaCar [Электронный ресурс]. URL: <https://www.blablacar.ru/blablalife/novyi-vzgliad/socialnaya-znachimost-sovmestnoe-potreblenie> (дата обращения: 05.11.2017).
4. Насколько концепция совместного потребления актуальна для России, и какие возможности она открывает? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.ru/karera-i-svooy-biznes/347961-kak-sovmestnoe-potreblenie-menyayet-nashu-zhizn-i-kak-na-etom-zarabotat> (дата обращения: 05.11.2017).
5. Социальный капитал в России: измерение, анализ, оценка влияния: научный семинар Фонда «Либеральная миссия» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.liberal.ru/articles/5265> <http://www.myshared.ru/slide/639275> (дата обращения: 05.11.2017).
6. Adele Peters. Let's Share: The Growth of Peer-to-Peer Product-Service Systems // Worldchanging. – 2010. – May 18. (Некоммерческий интернет-издатель, 2003–2010.)
7. Rachel Botsman, Roo Rogers. Beyond Zipcar: Collaborative Consumption // Harvard Business Review [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption> (дата обращения: 05.11.2017).
8. Lauren Anderson. Study: the consumer potential of collaborative consumption // Collaborative Consumption Team [Электронный ресурс]. URL: <http://www.collaborativeconsumption.com/2013/09/24/study-the-consumer-potential-of-collaborative-consumption> (дата обращения: 05.11.2017).
9. Juho Hamari, Mimmi Sjöklint, Antti Ukkonen. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption // Wiley Online Library. – 2015. [Электронный ресурс]. DOI: 10.1002/asi.23552 (дата обращения: 05.11.2017).
10. Rachel Botsman on Collaborative Consumption – Business – Browse – Big Ideas – ABC TV [Электронный ресурс]. URL: <http://www.abc.net.au/tv/bigideas/stories/2010/06/08/2920140.htm> (дата обращения: 05.11.2017).
11. Samuel P. Fraiberger, Arun Sundararajan. Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy // NYU Stern School of Business Research Paper. – 2015. – October 6. [Электронный ресурс]. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2574337 (дата обращения: 05.11.2017).
12. Bryan Walsh. Today's Smart Choice: Don't Own. Share // TIME. 10 Ideas That Will Change the World. – 2011. – Mar. 17. [Электронный ресурс]. URL: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html (дата обращения: 05.05.2017).
13. Georgios Zervas, Davide Proserpio, John Byers. The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry // Boston U. School of Management. – 2015. – May 7. – № 2013 (16).

FUNDAMENTAL FOUNDATIONS OF THE ECONOMY OF JOINT CONSUMPTION

Golovetsky N.Y.,

*Cand. econ. in Economics, Professor,
Professor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance,
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: nik1957@mail.ru,*

Grebenik V.V.,

*doctor econ. in Economics, Associate Professor,
Professor of the Department of Accounting, Taxation and Customs,
Moscow Witte University, Moscow,
e-mail: gvik65@mail.ru*

This article is devoted to the topic of joint consumption and its importance for changing the approach to economics and project management in the Internet industry and services. The authors consider the consequences of shared economy. On the one hand, joint consumption should reduce the demand for durable goods. On the other hand, joint consumption should increase the demand for these products.

The authors conclude that the share economy strengthens competition – and, as the history of the development of market relations shows, redistribution of economic benefits in favor of consumers should be expected. They argue that one of the main obstacles to the development of social capital in our country is the degradation of the political system, the lack of competition, the total nationalization of the economy, the paternalization of society and the inhibition of the formation of civil society. And yet the specificity of Russian reality is that the economy of joint consumption has the potential for significant growth.

Keywords: economy of joint consumption, cashing, start-up, barter, rent, joint resources, moderation, digital economy