

КОНЦЕПЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГА И РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ

Жидков Алексей Сергеевич,

*зам. заведующего кафедрой бухгалтерского учета, налогообложения и таможенного дела
Московского университета им. С.Ю. Витте,
e-mail: ajidkov@muiiv.ru*

*В данной статье рассматриваются особенности развития концепции общественного блага, очерчиваются основные проблемы, связанные с их производством, распределением и потреблением. Анализируется сфера услуг и ее зависимость от общественных благ. Определяется роль *sharing economy* в создании общественного блага и развитии сферы услуг, а также определяются перспективы дальнейшего развития долевой экономики совместного пользования в России.*

Ключевые слова: общественное благо, сфера услуг, *sharing economy*, долевая экономика

DOI 10.21777/2587-9472-2017-4-46-54

Актуальность данного исследования объясняется тем, что на сегодняшний день развитие человеческого общества и его нормальное существование немислимо без производства и предоставления общественных благ, однако сама концепция общественного блага претерпевает определенные изменения, способные оказать влияние на развитие практически всех сфер человеческой жизнедеятельности, в том числе сферы услуг.

Появление новых тенденций в развитии экономических отношений, распространение экономической модели, основанной на коллективном использовании товаров и услуг – *sharing economy* (долевая экономика), способны оказать значительное влияние на изменение производства общественных благ и развитие сферы услуг, что требует внимательного изучения данных процессов.

Основная задача исследования состоит в изучении современных тенденций производства и предоставления общественных благ и их влияние на развитие сферы услуг.

Характеризуя разработанность проблемы, необходимо отметить, что само понятие «общественное благо» ввел выдающийся американский экономист П. Самуэльсон в 1954 г., он определил систему общественных благ как институт, в котором реализуется общественный сектор в экономике. В дальнейшем данная концепция получила развитие у его последователей: М. Олсона, Р. Масгрейва. Но гораздо раньше были попытки определить сущность понятия «благо», а «общественные блага» – как один из видов благ. Так, великие мыслители древности (Аристотель, Платон и др.) задумывались о том, что есть благо, но они рассматривали данную категорию лишь с этической стороны. Сегодня в развитии концепции общественного блага открываются новые горизонты в связи с появлением и развитием ранее недоступных информационных и телекоммуникационных технологий, что делает необходимым изучение влияния данных факторов как на механизмы производства и потребления общественного блага, так и на развитие сферы услуг под их влиянием.

Сущность и значение общественного блага для населения

Изучая историю развития человеческого общества, необходимо отметить, что человек всегда стремился обеспечить себе комфортные и безопасные условия существования. Пройдя долгий путь становления, совершенствуя производительные силы и производственные отношения, наращивая экономический потенциал, человек поступательно расширял спектр производимой продукции и оказываемых услуг, направленных на удовлетворение различных общественных и личных потребностей. На сегодняшний день вопрос производства и предоставления общественных благ, обеспечивающих комфортные условия существования общества, является важным и дискуссионным, особенно в условиях пересмотра роли государства в их производстве и распределении.

Необходимо отметить, что обеспечение устойчивого социально-экономического развития общества невозможно без производства товаров общественного пользования, то есть таких благ, доступ к

которым свободен для всех индивидов без дополнительных затрат, другими словами – общественных благ [2].

Общественным благом можно назвать любое благо, которое, будучи предоставленное кому-то одному, обязательно предоставляется и всем остальным, и не допускать кого-нибудь к пользованию которым либо невозможно, либо практически нецелесообразно. Часто при этом уточняется, что «пользование одного индивида данным благом не должно наносить ущерб пользованию этим благом любого другого индивида» (Пол Самуэльсон, 1954 г.).

Памятники культуры, уличное освещение, являющиеся общественным достоянием, служат почти идеальным примером общественного блага. В числе других типичных примеров можно назвать национальную оборону, национальные парки, чистый воздух. Многие блага носят как общественный, так и частный характер.

Рынок сам по себе не производит и не предоставляет общественных благ, поскольку практичные эгоистичные граждане будут стремиться воспользоваться всем бесплатно. Ни одни силы национальной обороны не обеспечивались полностью за счет добровольных пожертвований (тогда как некоторые общественные памятники поставлены на средства граждан). При этом надо иметь в виду, что понятие общественного блага отнюдь не подразумевает, что оно предоставляется или должно предоставляться государственной или муниципальной властью. Некоторые общественные блага предоставляются частным образом, а большинство государственных и муниципальных ведомств предоставляют как частные, так и общественные блага.

Примером общественных благ, производимых государственными и муниципальными организациями и учреждениями, могут также служить социальная (бесплатная) медицина, охрана общественного правопорядка и пр. Рынок не заинтересован в производстве благ такого рода, так как это социально-ориентированное производство не предполагает извлечение прибыли. Поэтому та или иная степень участия государства в удовлетворении социальных нужд и потребностей людей объективно необходима. Более того, и само государство, а именно его институты, включая и муниципалитеты, создает, помимо прочего, свою систему целей и интересов, что может как увеличить социальную роль государства, так и уменьшить ее.

Самым общим критерием определения компетенции государственных институтов, включая и муниципалитеты, является дифференциация продуктов общественного производства на частные и общественные блага (рисунок 1).

Отличие общественного блага заключается в том, что общественное благо обладает некоторыми основными признаками, отличающими его от частного блага. К их числу относятся:

- неконкурентность в потреблении;
- неделимость;
- неисключаемость.

Неконкурентность в потреблении означает, что потребление данного блага одним человеком совершенно не уменьшает возможностей потребления его другим.

Неделимость общественного блага предполагает, что благо неделимо, не может быть «расфасовано» и продано поштучно, неизбирательно и потребляется совместно. Например, уличное освещение: нельзя «потреблять услуги» одного уличного фонаря, при этом не «потреблять услуги» другого, если идете по ночному городу, то пользуетесь всеми работающими фонарями. Или дорожное освещение: после того, как система дорожного освещения создана и начинает работать, любой водитель, проезжающий по этой дороге, может им пользоваться, и это не вызывает дополнительных затрат. Данное общественное благо невозможно разделить на единицы потребления. Так свет дорожного освещения доступен всем проезжающим по данной дороге автомобилям, и появление нового пользователя не уменьшает это благо для других и не делает его качество хуже [3].

Неисключаемость общественных благ означает, что люди не могут быть исключены из сферы потребления блага, даже если они отказываются за него платить, например пользование городскими парками, скверами, памятниками. Или обыкновенный магазин: нельзя запретить посетителю ходить по нему, даже если у него нет денег.

Именно данные свойства общественного блага делают предпочтительным активное вмешательство государственных и муниципальных органов власти в их производство, поскольку частные ор-



Рисунок 1 – Классификация общественных благ (составлено автором)

ганизации не всегда заинтересованы в их производстве в силу отсутствия какой-либо коммерческой выгоды. Например, в небольшом населенном пункте нет магазина, который, безусловно, необходим местным жителям, но частный предприниматель не заинтересован открывать магазин в данном городе из-за малого объема рынка или низкой платежеспособности местного населения. В этом случае органы местного самоуправления, используя экономические рычаги, должны создать для такого предпринимателя все необходимые условия, например, предоставить помещение на льготных условиях или субсидировать оплату жилищно-коммунальных услуг с целью обеспечения населения всеми необходимыми благами для его нормальной жизнедеятельности.

В общем случае, безусловной прерогативой государственных и муниципальных органов власти должно быть производство или полное финансирование за счет бюджета чистых общественных благ.

Чистые общественные блага при их производстве создают положительные внешние эффекты. Если такое общественное благо создано хотя бы для небольшого количества потребителей, им могут пользоваться все остальные. Например, если жильцы дома добились закрытия близлежащего экологически грязного предприятия, то пользоваться благом в виде чистого воздуха будут не только они, но и все горожане.

Смешанные общественные блага могут производиться как муниципальными, так и частными предприятиями. Общим правилом является производство муниципальными предприятиями (организациями) тех смешанных общественных благ, которые предоставляются малоимущим и социально незащищенным слоям населения в пределах установленного государством социального стандарта (при наличии достаточных финансовых ресурсов в местном бюджете).

Регулирование производства и потребления общественных благ

Сами по себе общественные блага не исключают использования механизмов рыночного регулирования. В производстве, распределении, обмене и потреблении общественных благ (смешанного типа) необходимо использовать разумное сочетание директивных и рыночных регуляторов. Одним из современных взглядов на регулирование производства данного вида благ является следующее: «рынок – по возможности, директивное вмешательство – по необходимости».

В современных условиях развития постиндустриальных стран наблюдается трансформация взглядов по поводу производства и потребления общественных благ, поскольку общество требует увеличения их производства и предоставления как в количественном, так и в качественном выражении.

Однако прежде чем рассмотреть современные аспекты развития концепции общественного блага, необходимо обратить внимание на основную проблему в данной сфере.

Данная проблема обуславливается тем, что в условиях рынка общество неоднородно по своему имущественному положению, следовательно, существует неодинаковая возможность для приобретения благ различными индивидами.

Общественное благо в силу его неисключаемости не может быть предоставлено одному члену общества в меньшем количестве, чем другому. Свободный доступ к благу, которым пользуется индивид, предполагает, что производство этого блага, так или иначе, финансируется сообществом в целом. Однако психология человечества такова, что заинтересованность в общественных благах зачастую совместима с уклонением от участия в коллективных действиях, необходимых для получения этих благ. Так как потребители имеют возможность пользоваться общественным благом независимо от того, участвуют они в оплате его или нет, каждый из них надеется на то, что общественное благо будет оплачено другими. Эта ситуация называется *проблемой «зайца»* или *«безбилетника»*. Она характерна для больших групп, в которых трудно учесть всех потребителей общественных благ. Если общественное благо финансируется добровольными взносами, то количество «безбилетников» возрастает. Поэтому государство производит общественные блага за счет обязательных платежей или налогов, независимо от получателей индивидуальной пользы [1].

В отдельных случаях может быть применен механизм дифференциации платы за общественные блага. Для этого важно, чтобы вклад каждого индивида в коллективные действия был ясно различим для других членов сообщества, и они могли согласованно и оперативно реагировать на изменения данного вклада. Выполнить это в сравнительно не большой группе гораздо легче, чем в сообществах национального или регионального масштаба.

Таким образом, проблема «безбилетника» возникает, когда индивид сознательно не желает платить за общественное благо, ожидая получить выгоду без всякой оплаты. Одним из ярких примеров проявления проблемы «безбилетника» является феномен уклонения граждан от уплаты налогов, идущих (в числе прочего) на обеспечение общественных благ.

Данная проблема может стать серьезным тормозом в развитии концепции общественного блага и препятствовать активному расширению спектра общественных благ и услуг, особенно в тех странах, в которых превалирует эгоцентрическое мировоззрение.

Таким образом, некоторые государства, такие как Россия, оказываются перед серьезной проблемой: с одной стороны, население требует производства общественных благ и услуг, таких как чистые улицы и подъезды, освещение улиц в ночное время, привлекательные места общественного отдыха, наличие парковочных мест и т.д., с другой – оплачивать эти блага никто не желает, а коммерческий сектор не видит в данной сфере коммерческой заинтересованности. В данных условиях вся экономическая нагрузка по созданию и предложению общественных благ ложится на государственные и муниципальные органы власти, которые чаще всего функционируют в условиях сокращения бюджетных расходов [4].

Данная проблема является концептуальной, и решить ее в рамках действующих мировоззренческих универсалий и культуры населения крайне сложно. Однако развитие информационных и коммуникационных технологий, распространение глобальной сети создают предпосылки для появления новых видов общественного блага, получивших на западе названия: *share goods* – благо (народное, свободное, доленое) и *sharing economy* – народная, доленая экономика.

Рассмотрим подробнее особенности развития концепции общественного блага в условиях информационного общества и попытаемся оценить ее влияние на сферу услуг.

Особенности развития сферы услуг в постиндустриальном обществе

В целях данного исследования необходимо проанализировать предпосылки развития сферы услуг и третичного сектора экономики в целом для определения возможных перспектив ее дальнейшего развития.

В большинстве стран мира рост занятости в этом секторе шел параллельно с общим их экономическим развитием: наиболее богатые страны имели более высокую долю занятых третичного сектора. Наиболее сильный рост доли сферы услуг отмечался в группе быстроразвивавшихся промышленных стран. Отмечается тесная взаимосвязь урбанизации и третичного сектора: как правило, его доля наиболее высока в странах с высоким уровнем городского населения. В развитых странах нарастание роли сферы услуг начинается уже в первые десятилетия XX века, процесс тертиаризации (увеличения доли сектора торговли и услуг в экономике) несколько замедляется с середины 80-х гг., что свидетельствует о приближении к определенной стабилизации структуры экономики.

Рассматривая предпосылки возникновения и основные факторы развития сферы услуг во 2-й половине XX в. необходимо отметить следующие группы факторов, отраженные на рисунке 2.

Важно учесть также общие изменения в структуре спроса на услуги для частных лиц, где нарастает значимость услуг высшего сегмента этой сферы, в основном предоставляемых учреждениями общественного сектора (таких как образование, торговля и т.д.). Некоторые виды услуг конкурируют с потреблением соответствующих товаров, например, посещение ресторанов соответственно снижает спрос на продукты питания в системе розничной торговли. В то же время другие услуги дополняют соответствующие покупки товаров, так, например, приобретение автомобиля создает спрос на услуги по его страхованию.

Также нужно отметить растущее влияние и прямое вмешательство органов государственной власти как на уровне города, так и в общенациональном масштабе. Эти органы могут и непосредственно управлять соответствующими учреждениями обслуживания, и финансировать некоторые социальные программы, и формировать правовую среду функционирования третичного сектора.

Проводимые исследования сферы услуг отмечают усложнение пространственных схем в размещении предприятий этого сектора. Для предприятий данной сферы усиливается привлекательность территории крупнейших городов, что приводит к их значительной концентрации, способствующей нарастанию конкуренции. Эта ситуация не поддается объяснению в рамках классической концепции центральных мест, сформулированной еще в довоенный период. Возникли принципиально новые факторы, определяющие поведение потребителей и фирм, предоставляющих услуги.

Таким образом, на сегодняшний день сфера услуг представляет собой совокупность видов экономической деятельности, направленных на производство и реализацию услуг населению. Необходимо отметить, что сфера услуг, в том числе и общественных услуг, непосредственно связана с воспроизводством человеческой жизни и способствует созданию благоприятных условий для ее развития.

В зависимости от роли услуг в процессе воспроизводства и характера удовлетворяемых потребностей различают следующие виды (рисунок 3).

В каждой из указанных сфер производятся общественные блага, роль производства которых в основном берет на себя государство в лице государственных и муниципальных органов власти, различных муниципальных предприятий, учреждений и организаций.

Однако в силу быстрорастущего спроса со стороны населения, на общественные блага, под влиянием стремительного увеличения его численности и качественного изменения требований к данным благам, государственные и муниципальные ресурсы используются практически на пределе и не в состоянии удовлетворить растущие потребности населения.

Решением данной проблемы может стать появление и распространение новой формы экономического взаимодействия, именуемой как «*sharing economy*». Развитие данного процесса позволит трансформировать концепцию общественного блага и повлиять на развитие сферы услуг, расширив и разнообразив как виды оказываемых услуг, так и способы их предоставления и финансирования.

Рассмотрим подробнее особенности данного процесса в России.

Роль sharing economy в создании общественного блага и развитии сферы услуг

В России, вслед за Западом, растет число проектов, которые развиваются в модели *sharing economy* (шеринг экономика). Каковы возможности такого подхода для начинающих предпринимателей и для ответственных потребителей, «голосующих кошельком»?

Термин *sharing economy* (от *share* – делиться) переводят на русский язык по-разному: экономика совместного пользования, долевая экономика, экономика сотрудничества и участия [4]. Один из основ-

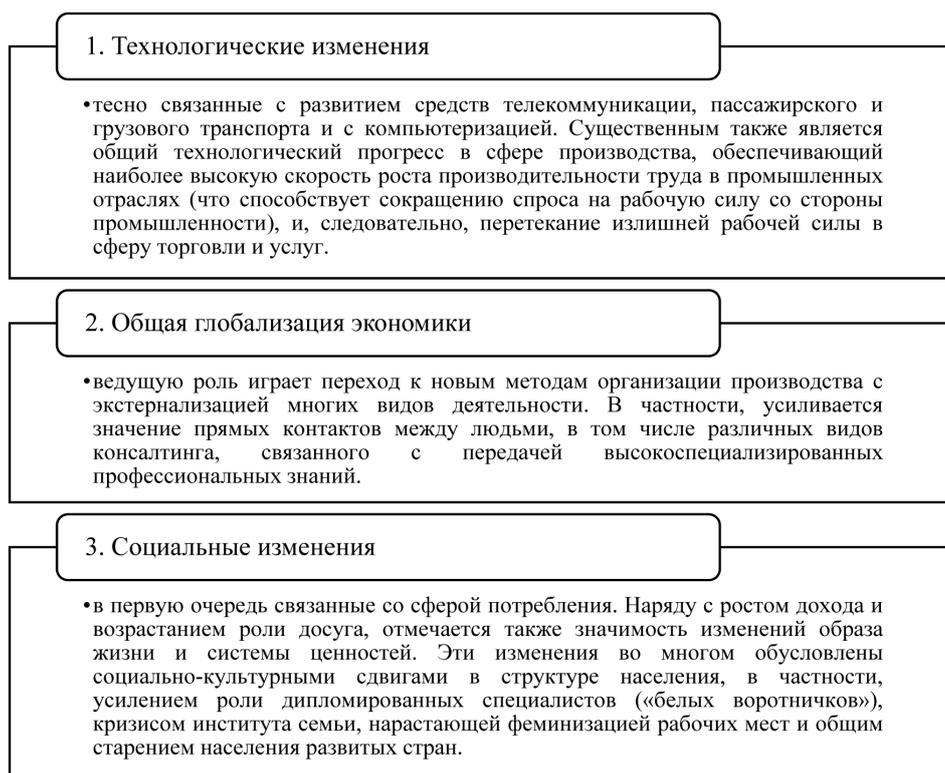


Рисунок 2 – Основные факторы развития сферы услуг во 2-й половине XX в. (сост. авт.)



Рисунок 3 – Состав сферы услуг (составлено автором)

ных принципов такой модели – доступ к пользованию, а не владению каким-то благом: у одних людей есть ресурс или его избыток, который нужен другим (инструменты, оборудование, автомобиль, жилье, навыки и умения, информация, свободное время). На этой почве вырастает большое число конкретных сервисов, которые соединяют тех, кто владеет ресурсом с теми, кто в нем нуждается.

Аргументы в пользу шеринг экономики: в наших городах и домах становится все меньше места, а в XXI в. люди стремятся к большой мобильности. Иметь доступ к какому-то благу становится удобнее и выгоднее, чем владеть им [5].

С одной стороны, это далеко не новое явление. Например, пункты проката оборудования и спортивного инвентаря были весьма популярны в Советском Союзе. С другой – благодаря интернету оно приобрело такой масштаб, что о *sharing economy* заговорили как о конкуренте привычной нам экономической модели, в том числе при создании общественных благ.

Немало споров ведется вокруг того, считать ли *sharing economy* такие коммерческие сервисы, как *Uber* и *Airbnb* (пожалуй, самые цитируемые примеры новой экономики) или они превратились в

чистый капитализм и правильнее называть их экономикой доступа, а шеринг – это, прежде всего, про некоммерческий обмен.

В то же время, есть исследователи, считающие, что отличие *sharing economy* от традиционной экономики лежит не по линии «коммерческий–некоммерческий». Они обращают внимание на другие аспекты, например на горизонтальные связи и отсутствие посредников типа: *peer-to-peer* (равный равному), доверие между незнакомыми людьми и инструменты для его выстраивания (рейтинги, отзывы и т.д.). Не зря *sharing economy* называют и «экономикой доверия».

Рассматривая развитие *sharing economy* в России, необходимо обратить внимание на некоторые российские проекты – сервисы, которые используют подход шеринг экономики и позволяют удобно и увлекательно трансформировать избыточное потребление в пользу для себя, других и природы. В рамках данного исследования будут рассмотрены лишь несколько сервисов из разных сфер в качестве примера.

Пример № 1. Дары

Есть множество сервисов, которые помогают людям обмениваться вещами или отдавать их тем, кто в них нуждается, и тем самым продлевать их жизненный цикл [6].

Один из давних некоммерческих проектов – «Дарудар». По словам основателей, более 400 тысяч участников сообщества из России и других стран подарили друг другу уже более 4 млн даров.

Другой вид проектов, который развивается в России, – благотворительные магазины, например, *Charity shop* в Москве и магазин «Спасибо!» в Санкт-Петербурге.

Кроме важной благотворительной составляющей у проектов есть и экологическая – непригодная для продажи в магазинах или передачи нуждающимся одежда перерабатывается, и из нее делаются полезные вещи, например тряпки для мытья пола.

Поделиться ненужными детскими вещами можно на сайте социального проекта «Крок и Зябра». Те, кому они действительно нужны, могут получить вещи бесплатно или купить по минимально возможной цене.

Еще один способ избавиться от ненужных вещей предлагает проект «Свалка», который действует уже во многих городах: можно сдать самые разные вещи – от книг, обуви, одежды до мебели, холодильников, светильников – или купить все это по низким ценам. Организаторы сообщают на сайте, что часть вырученных денег они перечисляют в благотворительные фонды, сотрудничающие с Добро.Mail.Ru.

Проект «Чумодан», кроме пристраивания вещей, обещает передать в переработку то, что является вторсырьем.

Пример № 2. Аренда вещей

Столь популярный в советское время прокат медленно реинкарнирует в онлайн-платформы аренды вещей. Они пока не столь массовые, однако, развиваются и появляются новые.

Проект *Rentmania*, который действует пока только в Москве и Подмосковье, объединяет в данный момент 10 тыс. участников сообщества. На своем сайте организаторы упоминают об экологическом аспекте: «Вы поступаете рационально и экологично, не покупая лишнего», и призывают «арендовать вещи, которыми мы пользуемся далеко не каждый день» [7].

Другой подобный сервис – «Арендориум». Кстати, довольно большое число сервисов предлагает аренду детских вещей.

Пример № 3. Совместное использование

Один из давно действующих и живых сайтов каршеринга (от *car* – машина и *share* – делиться) – проект «Довезу!», который помогает найти попутчиков водителям и пассажирам. Сервис призывает: озелени город, больше попутчиков – меньше машин.

В нашей стране большую популярность получил сервис *BlaBlaCar* (международный проект). Он позволяет искать попутчиков для поездок на дальние расстояния. Система онлайн-рейтинга, отзывов, модерации профилей позволяет построить доверие между незнакомыми людьми, которые решили стать попутчиками.

Удобной для тех, кто хочет воспользоваться коммерческим каршерингом, может стать онлайн-карта, которая отражает доступные для аренды машины четырех компаний в Москве и двух – в Санкт-Петербурге.

Пример № 4. Готовность делиться с нуждающимися

В последнее время в Москве и в Санкт-Петербурге активно развивается движение фудшеринг (*food* – еда, *share* – делиться). Это международное движение людей, которые «спасают» хорошую еду от попадания на свалку и распределяют между собой [8].

Совсем недавно, в Петербурге стартовало сообщество ВКонтакте «Стройшеринг: Отдам даром стройматериалы», которое насчитывает уже 5000 участников. Цель проекта – соединять людей и организации, имеющие лишние строительные материалы, с теми, кто в них нуждается.

Это только несколько примеров шеринг-сервисов, которых становится все больше. Правда, некоторые из них закрываются, не найдя поддержки сообщества или модели финансовой устойчивости, однако им на смену приходят новые, более востребованные.

Необходимо отметить, что экономический и экологический кризис – еще одна из причин развития *sharing economy*: *sharing*-сервисы помогают экономить, и общество все больше осознает важность снижения потребления.

В своем исследовании ряда сервисов *sharing economy* профессор экономики Колорадского университета Андерс Фремстад отмечает, что они вносят значительный вклад в сокращение объема вещей, выбрасываемых на свалки. Он указывает на то, что совместное использование вещей и жилья способно снизить ущерб природе.

Согласно исследованию *Cleantech Group*, путешествия с использованием сервисов шеринга жильем, производят на 66 % меньше выбросов по сравнению с проживанием в отелях.

Согласно исследованию Калифорнийского университета 2015 г., каждая машина, используемая совместно, способна заменить от 9 до 13 машин.

Сами сервисы, в основном международные, проводят исследования снижения экоследа и публикуют результаты на своих сайтах. Правда, такие исследования не всегда являются независимыми и прозрачными, в частности не раскрывают методику подсчета.

Например, *Airbnb* на своем сайте публикует данные о том, что американские гости, использующие сервис, сэкономили воды эквивалентом в 270 бассейнов олимпийского масштаба, а европейские – 1100 таких же бассейнов [9].

Сервис каршеринга *BlaBlaCar* пишет на своем сайте, что за время действия было сэкономлено порядка 700 000 т выбросов CO₂.

Основатель *Uber* в своем выступлении рассказывает о том, что благодаря *uberPOOL* (возможность разделить такси и стоимость с попутчиком, едущим по тому же маршруту) за первые 8 месяцев «экономлено» почти 13 млн км, а выбросы CO₂ удалось только в Лос-Анджелесе снизить на 1400 т.

Впрочем, есть исследователи, которые считают, что вывод о снижении экоследа за счет *sharing economy* неоднозначен. Тем не менее, уже сейчас можно сделать вывод о том, что *sharing economy* позволяет получить потенциальным потребителям ранее недоступные виды услуг, которые носят все признаки общественного блага, но производятся и оказываются не государством и муниципальными органами власти, а самим населением, что позволяет уменьшить проблему «безбилетника» [10].

Выводы

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- современное общество не может нормально функционировать без производства и потребления общественных благ. Сами же общественные блага отличаются высоким разнообразием различных видов и типов, и их перечень постоянно расширяется, удовлетворяя все большее количество потребностей;
- основная роль в процессе создания общественных благ принадлежит государственным и муниципальным органам власти, государственным и муниципальным предприятиям, учреждениям и организациям в силу того, что производство данных благ не имеет коммерческого успеха;
- развитие сферы услуг в постиндустриальном обществе протекает стремительно, появляются новые виды ранее недоступных услуг, в том числе в производстве общественных благ за счет распространения новых информационных и коммуникационных технологий, способных координировать действия населения и способствовать созданию новых общественных благ на этой основе;

– процесс распространения информационных и коммуникационных технологий позволяет получить потенциальным потребителям ранее недоступные виды услуг, которые носят все признаки общественного блага, но производятся и оказываются не государством и муниципальными органами власти, а самим населением, что позволяет уменьшить проблему «безбилетника».

Уже сегодня можно констатировать тот факт, что в будущем человечество уже не сможет обойтись без подобных услуг и общественных благ, считая их чем-то рациональным и само собой разумеющимся.

Список литературы

1. Корнейчук В.И. Актуальные вопросы социальной ответственности бизнеса в России // в сб.: Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук. Материалы междунаучно-практ. конф. / под ред. Насретдинова И.Т. – М.: Изд-во МУ им. С.Ю. Витте, 2017. – С. 469–470.
2. Шатаева О.В., Шапиро С.А. Практикум по экономической теории: учебное пособие [Электронный ресурс]. – М.–Берлин: Директ-Медиа, 2015. – С. 166.
3. Ахинов Г.А., Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора. – М.: ИНФА-М, 2012. – 345 с.
4. Hamari Juho, Sjöklint Mimmi, Ukkonen Antti. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption // Journal of the Association for Information Science and Technology // Published online in Wiley Online Library (wileyonlinelibrary.com). DOI: 10.1002/asi.23552.
5. Tuttle Brad. Can We Stop Pretending the Sharing Economy Is All About Sharing? // MONEY.com. – 2014. – June 30 [Электронный ресурс]. URL: <http://time.com/money/2933937/sharing-economy-airbnb-uber-monkeyparking/>
6. Leslie Hook. Review – ‘The Sharing Economy’, by Arun Sundararajan ((registration required)) // Financial Times. – 2016. – June 2016.
7. Taking uberization to the Field – Disruption is coming for Field Marketing // CSO – 2016. – June 2.
8. Cohen Boyd; Kietzmann Jan. Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy // Organization & Environment. – 2014. – August 13. – № 27 (3). – С. 279–296. DOI:10.1177/1086026614546199.
9. Hertz Myriam, Lecompte Agnes, Durif Fabian. Neutralization in collaborative consumption: An exploration of justifications relating to a controversial service // Managerial Marketing eJournal. – 2016. SSRN 2799910 Freely accessible [Электронный ресурс]. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2799910
10. Zhukovskaya I.V., Shinkevich A.I., Ostanin L.M., Yalunina E.N., Lushchik I.V., Zhukova M.A., Mokhova G.V. Features of Economic Zones’ Regulation in terms of Economic Instability // International Journal of Environmental and Science Education. – 2016. – Т. 11. – № 18. – С. 12787–12801.

CONCEPT OF PUBLIC BLESSING AND DEVELOPMENT OF THE SPHERE OF SERVICES

Zhidkov A.S.,

*Deputy Head of the Department of Accounting, Taxation and Customs,
Moscow Witte University,
e-mail: ajidkov@muiiv.ru*

This article discusses the features of the development of the public good, outlines the main problems associated with their production, distribution and use. The sphere of services and its dependence on public goods are analyzed. The role of the “exchange of the economy” in the creation of the public good and the development of the service sector is defined, as well as the prospects for further development of the shared economy in Russia.

Keywords: public good, service sector, sharing economy, equity economy