

Тропина Жанна Николаевна
доцент Департамента финансовых рынков и
банков
Финансовый университет при Правительстве РФ
e-mail: tropina_zanna@mail.ru

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Аннотация: Статья посвящена достаточно новому направлению развития экономики, экономике совместного потребления. В статье исследуются причины появления этого варианта взаимодействия поставщиков и потребителей товаров и услуг, обозначены основные сферы, в которых совместное потребление развивается особенно активно, дана информация о влиянии совместного потребления на экологию.

Ключевые слова: экономика совместного потребления, потребляющие и производящие агенты, аренда, собственность, гиперпотребление.

Tropina Zhanna Nikolaevna
Associate Professor of the Department of
Financial Markets and Banks
Financial University under the Government of the
Russian Federation
e-mail: tropina_zanna@mail.ru

DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF JOINT CONSUMPTION

Abstract: The article is devoted to a fairly new direction of economic development, the economy of joint consumption. The article examines the reasons for the emergence of this option of interaction between suppliers and consumers of goods and services, identifies the main areas in which joint consumption develops especially actively, provides information on the impact of joint consumption on the environment.

Keywords: economics of co-consumption, consuming and producing agents, rent, property, hyper-consumption.

Экономика совместного потребления является моделью, основанной на коллективном пользовании товарами и услугами. В рамках экономики этого типа кардинальным образом изменяются связи между потребляющими и производящими экономическими агентами, поскольку продукты и услуги распределяются без участия посредников.

Одной из ведущих идей совместного потребления является предпочтение временного доступа к определенным благам по сравнению с получением их в собственность. Впервые концепция совместного потребления была сформулирована Рю Роджерс и Рейчел Ботсман в 2010 г. в книге “What’s Main Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption” (Что мое – твое: развитие совместного пользования). Ими была предложена принципиально новая социо-экономическая модель, которая должна была кардинальным образом изменить потребление товаров и услуг. Экономика совместного потребления была определена этими американскими учеными как «стремительный взрыв в обмене, разделении, бартере, торговле и сдаче в аренду, сделанный с помощью последних технологий и обменных торговых площадок, позволяющий достигнуть масштаба, который не был возможен ранее»

Идея была воспринята в обществе достаточно позитивно, более того, один из старейших американских журналов Time Magazine отнес в 2010 г. идею совместного потребления к числу идей, которые могут изменить мир. Концепция вторичного использования и общего использования благ является достаточно давней. И ранее многие общественные и частные организации прибегали к совместному использованию, в этом режиме работали библиотеки, гостиницы, магазины группы second-hand, пункты проката вещей (в том числе драгоценностей), велошеринг и каршеринг. В последние годы совместное использование активно развивается, развивается аренда товаров не только у организаций, но и у отдельных частных лиц, кроме того аренда у организаций может заменяться обменом, производимым частными

лицами напрямую между собой, на специально созданных для этих целей площадках, развиваются совместные оптовые закупки частными лицами, совместные поездки частных лиц при совпадении направления движения.

Явление совместного потребления в настоящее время имеет достаточно много синонимов “шеринг-экономика”, “экономика доверия”, “долевая экономика”. Если традиционная экономика, прежде всего, ориентирована на рынок, то экономика совместного потребления – на максимально простую по форме коммуникацию отдельных частных лиц, осуществляемую в Интернете. Те темпы развития экономики совместного потребления, которые существуют на данный момент, были бы невозможны без интенсивного развития информационных технологий и сетевых структур, присутствующих в Интернете. Можно констатировать, что в экономике совместного потребления имеет место кардинальное изменение традиционных взаимоотношений между работниками, потребителями при максимальном сокращении транзакционных издержек. Новые технологические платформы максимально ускоряют взаимодействие между отдельными экономическими агентами при совместном использовании ресурсов.

Отправной точкой развития совместного потребления стало явление гиперпотребления, сформировавшееся в течение последних десятилетий в развитых странах и затронувшее частично население даже развивающихся стран. В ситуации перепотребления в домашних хозяйствах скапливалось большое количество ненужных, неиспользуемых вещей, которые приобретались в свое время либо не вполне осознанно, либо под воздействием недружественной к потребителю, агрессивной рекламы.

Мировой кризис потребления последних лет обусловлен рядом причин, во-первых, в связи с изменением социально-экономической ситуации у населения достаточно часто отсутствует возможность сохранения прежнего уровня потребления, во-вторых, от уже сформированного и привычного уровня потребления сложно отказаться,

присутствует стремление населения развитых стран к его сохранению, в-третьих, большой объем финансовой нагрузки, связанной с собственностью, трансформация стремления быть собственником в желание быть потребителем благ, связанных с собственностью.

В обществе растет осознание необходимости ограничения потребления. В последние десятилетия стало особенно очевидным, что активное использование природных ресурсов с целью наращивания объемов потребляемых благ приводит к истощению природных ресурсов, и в конечном итоге к их исчерпанию, кроме того, неограниченное потребление человечеством ресурсов обуславливает глобальное потепление, происходящее в результате роста объемов выбросов углекислого газа в атмосферу, все это в уже недалекой перспективе грозит человечеству возможностью возникновения катастроф мирового масштаба. Если учесть, что ограничивать объемы потребления в мире в целом в ближайшие годы будет достаточно сложно уже по причине значительного роста населения в Азии и Африке, то ориентация на принципиально новые схемы потребления производимых благ становится чрезвычайно актуальной. Формирующаяся в мире тенденция к экологии потребления стала одним из значимых факторов, поддерживающих феномен совместного потребления.

Политические и общественные деятели, достаточно большое количество политических и социальных движений пытаются обратить внимание потенциальных пользователей и покупателей на необходимость сохранения природных ресурсов и повышения эффективности их использования. Сокращение объемов потребления, обеспечивает уменьшение вреда, наносимого природе при производстве товаров и оказании услуг, сокращение отходов производства и утилизации использованных вещей. Недоверие потребителей к достаточно большому количеству производителей товаров и услуг, а также к агрессивным рекламным и маркетинговым технологиям продвижения произведенных товаров также определяет стремление домашних хозяйств к экономному потреблению.

Современные маркетинговые компании вынуждены менять стратегию своей деятельности, активно поддерживая идеи экологии потребления, включая в свои программы обозначение уровня экологичности предлагаемых товаров. Необходимо отметить, что подобная деятельность маркетинговых компаний в последние годы имеет определенный социально значимый эффект.

Итогом вышеобозначенного стал рост численности категории ценностно-ориентированных граждан, идеологией которых является ответственное потребление. Достаточно часто эти группы выступают в роли инициаторов продвижения и реализации на практике идей ответственного потребления.

Совместное использование товаров обеспечивает значительный рост коэффициента полезного использования. В каршеринговых компаниях между собственниками и арендаторами транспорта формируются прямые экономические отношения, при использовании автомобилей в частных или коммерческих целях. Этот вариант использования обеспечивает значительный экономический эффект: сокращается время простоя транспорта, растет общая полезность от использования автомобиля. В этом случае оптимизируется использование технических средств. Совместное использование в принципе является более эффективной формой, чем индивидуальное использование.

Крупными игроками в рамках экономики совместного потребления являются медиасервисы, они уже достаточно продолжительное время присутствуют на этом рынке (библиотеки, прокаты DVD). Кинотеатры стали одними из самых первых представителей экономики совместного потребления. Как правило, однократный просмотр фильма и покупку для этих целей DVD гораздо легче заменить походом в кинотеатр или получением диска в прокате. Сейчас видеопрокат функционирует в “умных телевизорах”, и множество провайдеров имеют возможность доводить таким способом свои предложения до потребителей (Netflix, Ivi, Амедиатека).

В сфере музыки экономика совместного потребления развивалась сложнее. Покупка музыкальных дисков предполагает их регулярное использование. Поэтому до определенного момента серьезная борьба крупных компаний с р2р пиратством была не только оправданной, но и достаточно успешной. Росту экономики совместного потребления в этой сфере положили начало практики бесплатной раздачи новых альбомов в интернете (были впервые начаты такими крупными группами как Radiohead), а также изменение схемы функционирования популярных музыкальных коллективов с большим акцентом на концертной деятельности по сравнению с продажей дисков. На данный момент аудиозаписи доступны для огромного количества пользователей библиотек с подписной моделью. Вариант совместного потребления в этом случае, как это ни парадоксально, выгоден не только потребителям, но и начинающим малоизвестным музыкальным коллективам. Что в итоге обеспечивает рост уровня потребления.

Серьезный рост совместного потребления наблюдается в транспортной отрасли и аренде жилья, что вполне объяснимо, объекты недвижимости и транспортные средства – одни из самых дорогих покупок для частных лиц, аренда в этих случаях – гораздо более легкий вариант получения необходимого объекта в распоряжение.

Ключевым игроком на рынке совместного использования жилья является сервис Airbnb, обеспечивающий аренду объектов недвижимости по всему миру, спектр объектов широк, это может быть дом, квартира, вилла или замок в любой части света. Airbnb активно развивается, если ранее он был лишь площадкой для аренды жилья, то в последние годы он превратился в полномасштабный туристический сервис, обращение к которому может обеспечить туристу питание в разнообразных вариантах, развлечения и даже полное погружение в местный калорит.

Бизнес Airbnb в самом начале пути выглядел как стандартный объект шеринг-экономики, который предоставлял возможность отдельным частным

лицам, временно по самым разным причинам выезжающим из своих квартир, сдать свое жилье на даты отсутствия. В целях получения комфорта частного жилья и значительного снижения стоимости проживания по сравнению с гостиницей потенциальные арендаторы готовы были изменять время своих путешествий в соответствии с возможностями арендодателей.

Следующим форматом шеринга жилья является каучсерфинг. В этом случае потребители получают бесплатное проживание, поэтому сервисом не взимается комиссия, как в кейсе с Airbnb, однако, плата взимается при размещении у собственников, прошедших верификацию.

Сдаваться могут не только жилые помещения, но и места для хранения. В Америке функционирует сервис, обеспечивающий возможность сдать во временное пользование пространство в квартире. Стоимость хранения может быть различной, от 35 до 100 долларов и зависит от тарифа.

Достаточно большое количество сервисов позволяет найти место для работы. Уже в 2017 году в мире функционировала 15500 коворкингов, услугами которых воспользовались около 1,27 миллиона человек. Аренда рабочего пространства в течение ограниченного времени весьма привлекательна для фрилансеров и стартапов, коворкинги и локальные пространства востребованы также и крупных компаний. Коворкинги могут быть более привлекательны для корпораций, поскольку в данном случае будут сдаваться полностью подготовленные для работы места, а не квадратные метры, как в случае со стандартной арендой офисных помещений. Этот вариант позволяет значительно экономить на стоимости аренды, обеспечивает возможность перемещения всего офиса.

Одним из самых развитых секторов шеринг-экономики является транспорт, а одной из самых крупных компаний функционирующих в данном секторе экономики является Uber. Активная деятельность этой компании внесла кардинальные изменения в работу транспортной индустрии по всему миру. Схема работы Uber была воспроизведена достаточно большим количеством компаний Dudi Chuxing – в Китае; Grad – в юго-восточной

Азии; Ola – в Индии. В модели, используемой Uber, осуществляется прокат автомобиля с водителем, при этом прокатная лицензия стоит в достаточно большом количестве стран дешевле, чем стандартная лицензия такси (однако, эта лицензия не позволяет брать клиентов с улицы). Поэтому прокатный автомобиль Uber стоит значительно меньше, чем официальное такси. Серьезное снижение цен часто приводит к конфликтам, в которых государство чаще защищает представителей официальных такси, что приводит к запрету либо ограничению функционирования Uber в отдельных городах и странах.

Российский рынок стал одним из проблемных для Uber. В России компания начала свою деятельность в 2013 г., вступив в серьезную конкуренцию с Gett и “Яндекс. Такси”, уже в середине 2017 г. Uber вынуждена была подписать соглашение об объединении бизнеса с “Яндекс. Такси”. Капитал объединенной платформы распределен следующим образом: Uber - 36,6%, “Яндекс” – 59,3%. В Китае Uber стала объектом приобретения (покупатель – Didi Chuxing, национальная платформа предоставления услуг по аренде автотранспорта с водителем).

Сервисы подобные Uber существовали и ранее. Например, Лондонские кэбы, в первую очередь, обслуживали туристов. На многих локальных рынках функционируют компании, подающие прокатные машины, при этом стоимость поездки будет в два раза ниже стандартной, подобные компании присутствуют практически в любом мегаполисе, однако, глобализировать подобную услугу удалось только Uber.

Каршеринг представляет собой поминутную аренду автомобиля, при этом арендатор является ее водителем. В исходном варианте каршеринг представлял собой аренду автомобиля у частных лиц. Однако, этот вариант аренды на данный момент является полноценной индустрией. Темпы развития каршеринга в России являются самыми высокими в мире. Так в 2017 году в Москве по этой схеме работало 12 компаний, предоставлявших в пользование 4350 машин. Такие высокие темпы роста каршеринга в Москве

объясняются платной и достаточно дорогой парковкой. Автомобиль каршеринга может быть оставлен в любой зоне доступной для парковки бесплатно. Этот сервис чрезвычайно удобен для условий Москвы, где в течение дня из-за пробок в городе чаще всего удобнее перемещаться на метро, а далее - можно воспользоваться автомобилем там, где потенциальный арендатор оказался в конце дня.

Еще одним сервисом, предполагающим совместное использование транспорта является райдшеринг. Это сервисы, функционирующие в области поиска попутчиков. Этот сервис также довольно востребован, в 2017 году им воспользовались более 65 млн. человек в 22 странах мира, причем больше всего – в России. Возможность выбора более удобного времени поездки и существенной экономии на транспортных расходах обеспечила такой уровень востребованности французского сервиса “Блаблакар”.

Совместное потребление затронуло и парковки. Возможность предоставить в пользование оплаченное, но временно свободное парковочное место предоставляется одним из американских сервисов.

Функционирует также сервис, дающий возможность получить в аренду частный самолет. Пользователи сервиса, оплатив подписку, могут забронировать перелет в бизнесджете.

Совместное использование активно развивается и в отношении вещей, необходимость в которых возникает достаточно редко. Инструменты для ремонта или сезонный спортивный инвентарь также выгоднее брать в аренду, чем полностью оплачивать их стоимость и нести дополнительные издержки, связанные с хранением. В России подобные возможности обеспечиваются такими площадками как Юла, Avito, Rentjmania, а также отдельными специализированными сервисами. Использование отдельных профессиональных навыков также является предметом шеринг-экономики. Например, через такой сервис как Tastrabbit можно найти исполнителя самых разнообразных работ: уборка, ремонт, перевозка и доставка. Заказчики обозначают вид работ и срок исполнения.

Принципы экономики совместного потребления в настоящее время во многих странах используются не только частными лицами, но и достаточно крупными компаниями. Так портал Flow2.com обеспечивает возможность обмена разнообразными активами, аренды или совместного использования техники и промышленного оборудования для компаний.

Необходимо отметить, что властями многих развитых стран оказывается существенная поддержка экономики совместного потребления. Например, в Финляндии предлагаются налоговые льготы за отказ от пользования личными автомобилями, что помогло сделать совместные поездки на одном автомобиле нормой жизни. В Великобритании в стадии подготовки находится законопроект, в соответствии с которым от налогообложения должны будут освобождаться доходы, полученные гражданами от деятельности, связанной с сервисами долевой экономики (сдача автомобиля и жилья в аренду).

На данный момент поддержка государством экономики совместного потребления в нашей стране отсутствует. Очевидно бизнес-модель, основанная на совместном потреблении воспринимается государством как идея, полномасштабная реализация которой в перспективе может способствовать потере контроля государства над бизнесом и снижению налоговых поступлений.

Снижение экологической нагрузки – одно из значимых преимуществ совместного потребления. В обществе постепенно растет осознание необходимости снижения уровня потребления и повышения его эффективности. По оценкам CleantechGroup только путешествия с использованием аренды жилья обеспечивают снижение объема выбросов на 66% по сравнению с вариантом проживания в отелях. Исследование Калифорнийского университета, проведенное в 2011 г., показало, что каждая совместно используемая машина может заменить от 9 до 13 машин в индивидуальном использовании. Сервисы, обеспечивающие совместное потребление (в основном международные) также проявляют большую

заинтересованность в исследованиях снижения экоследа в результате своей активности, они размещают результаты этих исследований на своих сайтах.

Однако эти исследования могут вызывать много вопросов, поскольку их прозрачность обеспечивается не всегда, например методика проведения расчетов может не раскрываться и соответственно могут возникать сомнения в достоверности полученных результатов.

В одном из выступлений основателя Uber прозвучали следующие оценки: результатом функционирования uberPOOL (обеспечивает возможность совместного использования такси с делением стоимости поездки на всех пассажиров, передвигающихся по одному маршруту) лишь за первые 8 месяцев действия услуги удалось снизить потенциальный километраж почти на 13 млн. км., и сократить выбросы CO₂ только в Лос-Анжелесе на 1400 тонн. На сайте Airbnb размещены данные о том, что пользующиеся услугами сервиса американские гости обеспечили экономию воды объемом в 270 бассейнов олимпийского уровня, в то время как европейские – 1100 бассейнов такого уровня. На сайте сервиса каршеринга BlaBlaCar присутствует информация о том, что за период его функционирования потенциально возможные выбросы CO₂ были снижены на 700000 тонн.

Однако подобную информацию нельзя воспринимать как однозначно позитивную, если с возможностью более эффективного использования, например, сельскохозяйственной техники в рамках совместного использования трудно не соглашаться, то результаты серьезного снижения экологического следа, обеспечивающегося компаниями, действующими в сфере жилья и транспорта для частных лиц можно сомневаться. Так дешевое, с облегченным доступом жилье может стать серьезным стимулом роста количества путешествий, что в итоге может обеспечить рост объемов выброса CO₂, а повышение доступности каршеринга приводит к снижению загруженности общественного транспорта, являющегося более экологичным.

Несмотря на то, что данные компаний, обеспечивающих совместное потребление могут быть не совсем достоверными, в целом совместное потребление обеспечивает улучшение экологической ситуации на планете.

С дальнейшим расширением использования цифровых технологий объемы экономики совместного потребления будут постоянно расти, что будет способствовать улучшению экологии, повысит эффективность использования производимых товаров и услуг и позитивно скажется на структуре доходов и расходов населения.

Литература

1. Борисова К.Б. Нечаева Т.В. Экономика совместного потребления: теоретические аспекты и успешные бизнес-модели. // Микроэкономика. 2018. №1. С.83-89
2. Веселова А.С. Рибберинк Н. Адаптация бизнес-моделей совместного потребления под реалии различных рынков на примере компании Uber// Управленческие науки в современном мире. 2018. Т1. №1. С.79-81.
3. Иштирякова Л.Х. Особенности применения экономики совместного потребления.// Научные труды Центра перспективных экономических исследований. 2017. №12. С.45-52.
4. Иштирякова Л.Х. Особенности совместного потребления.// Научные труды Центра перспективных экономических исследований. 2017. №13. С.45-49.
5. Лымарь Е.Н. Экономика совместного потребления в современной России.// Вестник Челябинского государственного университета. 2018. №12(422). С.67-72
6. Оздамирова Э.М. Социально-экономическая значимость совместного потребления в современном обществе. Вестник современных исследований. 2018. №11. (26). С.88-89.

7. Подгадайская А. Экономика совместного потребления: зарубежный и отечественный опыт.// Общество и экономика. 2017. №2. С.36-44
8. Хусяинов Т.М., Урусова Е.А. От общества потребления к экономике совместного пользования.// Философия хозяйства. 2017.№6(114). С.132-146
9. Чумаков Т.В. Массовое и совместное потребление.//Economics. 2016.№11(20).С.40-42
10. Чумаков Т.В. Экономика совместного потребления. // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2016. Т.28 № 3(21).С.5-13.
11. Шаронин П.Н. Роль социальных медиа в экономике совместного потребления.// Медиаэкономика 21 века. 2017. №4. С.4-11.
12. Шипилова К.А. Щегельская В.Е. Социально-экономический концепт управления развитием экономики совместного потребления.// Экономика, социология и право. 2018. №12. С.9-12.