

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Н. П. Кононкова¹

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

Д. А. Михайленко²

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

УДК: 338.012

ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ОСНОВЫ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В статье исследуются особенности поведенческой и бизнес-модели совместного потребления, а также ее влияние на рынок. Предметом исследования являются преобразования товарно-денежных отношений, происходящие в экономике шеринга. Широкое распространение совместного потребления в мире и растущая популярность данной практики в России, а также недостаточная изученность феномена в отечественной литературе определяют актуальность работы. С целью исследования экономической природы и рыночных основ шеринговой экономики использовался междисциплинарный подход, а также такие общенаучные методы, как анализ, синтез и моделирование. Для оценки жизнеспособности данной модели в условиях новых вызовов применялись методы статистического анализа данных, экспертные оценки.

В ходе исследования было показано, что в основе экономики совместного потребления (ЭСП) лежит рационалистическая модель поведения индивида, который отказывается от владения избыточной собственностью в пользу временного доступа к благу с целью экономии ресурсов и максимизации полезности. Базовые принципы ЭСП (рациональность, эффективность, доходность, срочность и доверие), а также особенности взаимодействия ее участников накладывают отпечаток на товарно-денежные отношения, приводя к преобразованию рыночных основ: смене парадигмы частной собственности, смещению субъектных основ рынка, изменению стандартной схемы обмена, частичному снятию «провалов» рынка. Вызовы последних лет обеспечили реальную проверку шеринговой экономики на прочность, в ходе которой она показала высокие адаптационные способности, что позволяет позитивно смотреть на будущее новой модели потребления и открывает интересные области для исследования.

Ключевые слова: экономика совместного потребления, шеринговая экономика, цифровая экономика, кругооборот доходов и расходов, бизнес-модель, поведенческая модель, цифровые технологии, поколение Z.

¹ Кононкова Наталья Петровна — д.э.н., доцент, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: nprkononkova@econ.msu.ru, ORCID: 0000-0002-6415-0863.

² Михайленко Диана Александровна — к.э.н., доцент, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: mikhailenkoda@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0681-3849.

Цитировать статью: Кононкова, Н. П., & Михайленко, Д. А. (2022). Экономика совместного потребления: основы рыночных отношений в новой экономической реальности. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, (1), 133–153. <https://doi.org/10.38050/01300105202217>.

N. P. Kononkova

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

D. A. Mikhailenko

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

JEL: L11, L22, P46

SHARING ECONOMY: THE BASICS OF MARKET RELATIONS IN NEW ECONOMIC REALITY

The article examines the features of the behavioral and business model of joint consumption and its impact on the market. The subject of the study is the transformation of commodity-monetary relations occurring in the sharing economy. Global expansion of joint consumption in the world and its growing popularity in Russia, alongside the lack of relevant studies in Russian literature determines the relevance of the work. In order to study economic nature and market foundations of sharing economy, the authors apply an interdisciplinary approach as well as general scientific methods of analysis, synthesis and modeling. To assess the viability of this model in the face of new challenges, methods of statistical data analysis and expert assessments are used. The authors argue that the basis of sharing economy is a rationalistic model of individual's behavior who refuses to own excess property in favor of temporary access to the good to save resources and maximize utility. The basic principles of sharing economy (rationality, efficiency, profitability, urgency and trust), as well as specific interaction of its participants, have an impact on commodity-monetary relations, leading to the transformation of market fundamentals: a change in private property paradigm, a shift in subjective foundations of the market and in the standard exchange scheme, a partial removal of market «failures». Recent challenges provide a real test of sharing economy, and demonstrate high adaptive abilities, which allows us to look positively at the future of a new consumption model and opens interesting areas for further research.

Keywords: joint consumption, sharing economy, digital economy, turnover of income and expenses, business model, behavioral model, digital technologies, Z-generation.

To cite this document: Kononkova, N. P., & Mikhailenko, D. A. (2022). Sharing economy: the basics of market relations in new economic reality. *Moscow University Economic Bulletin*, (1), 133–153. <https://doi.org/10.38050/01300105202217>.

Введение

Вызовы современной экономики, побудившие людей оптимизировать свои расходы, с одной стороны, и расцвет информационных техно-

логий, в том числе повсеместная доступность интернета, удешевление электроники и популяризация онлайн-сообществ, с другой, приводят к изменениям в культуре и философии потребления. Следствием таких преобразований является снижение роли частной собственности в вопросе самоидентификации личности (Rifkin, 2001). На протяжении многих лет человек позиционировал себя в обществе посредством собственности, которой он владел: чем значительнее были активы, тем выше считался статус индивида. В современной экономике концепция собственности как показателя богатства и статуса постепенно отходит на второй план, на смену ей приходит аутентичное понимание материальных благ с точки зрения их полезности. Экономические агенты все чаще отказываются от приобретения новых объектов собственности, считая их содержание обременительным. При этом право собственности постепенно заменяется доступом к использованию ресурсов, который получает субъект на временной основе по мере необходимости. Такой подход органично вписывается в образ жизни представителей интернет-поколения (поколения Z), для которых получение впечатлений, мобильность и возможность выразить свою индивидуальность важнее статусного потребления (Лapidус и др., 2020). Новые потребительские предпочтения приводят к тому, что совместное пользование благами нередко оказывается более выгодным, чем единоличное владение. Следует заметить, что ценностные изменения подкреплены преобразованиями во внешней институциональной среде. Высокий уровень развития цифровых технологий обусловил появление так называемых платформенных компаний (т.е. компаний, организующих свою деятельность на базе цифровых платформ: Airbnb, Uber, BlaBlaCar, Ozon, «Авито» и др.), применяющих новые модели бизнеса, позволяющие связывать пользователей, у которых есть спрос и предложение, снижая их транзакционные издержки и облегчая выбор между альтернативными благами. Такие онлайн-платформы за счет присущих им неоспоримых конкурентных преимуществ со временем наращивают рыночную власть, вытесняя из своих отраслей традиционный бизнес (Герасименко, 2021).

Можно сказать, что новые технологии создают новую экономическую реальность, получившую в зарубежной литературе название «sharing economy» (от англ. «to share» — делиться, совместно использовать) (Botsman, Rogers, 2010; Kreitzer-Levy, 2015; Schor, 2016) и требующую научного осмысления. Ускоренная динамика развития цифровых технологий и распространения бизнес-модели шеринговой экономики в мире, с одной стороны, и малоизученность этого вопроса научным сообществом, с другой, делают данную статью весьма актуальной.

Целью работы является исследование экономической сущности шеринговой экономики и выявление признаков происходящей под ее влиянием трансформации основ рыночных отношений, а также оценка жизнеспособности модели совместного потребления в условиях пандемии.

Вначале проведен обзор теоретических представлений об эволюции модели поведения индивидов в экономике. Далее проанализированы экономическая природа и основные принципы шеринговой экономики, а также портрет участников новых хозяйственных отношений. Затем исследованы признаки трансформации рыночных основ в экономике совместного потребления. На основе статистических данных проанализирована устойчивость отраслей экономики шеринга к новым вызовам и дана оценка перспектив их роста в России.

Новая философия потребления как фактор возникновения шеринговой экономики

Долгое время в экономической науке господствовала рационалистическая модель поведения индивида (так называемая модель homo oeconomicus), в соответствии с которой человек принимает решения в хозяйстве, исключительно исходя из соотношения издержек и выгод. Благодаря Т. Веблену к началу XX в. научным сообществом было осмыслено влияние психологических, социальных, культурных и др. неэкономических факторов на поведение индивида и появилась альтернативная модель ограниченной рациональности, лежащая в основе новейших экономических теорий (таких, как поведенческая экономика). В 1899 г. в своей работе «Теория праздного класса» Т. Веблен, рассматривая эволюцию концепции собственности, писал, что первоначально собственность была знаком победы над врагом, трофеем. С развитием общества она приобреталась уже не военными, а мирными методами, но по-прежнему служила доказательством успеха, высокого положения в социуме. Поскольку богатство было почетным, постольку приобретение дополнительного имущества, приумножение объектов собственности становились необходимыми для получения хорошей репутации в обществе. Соперничество и зависть как неотъемлемые качества людей, по мнению исследователя, выступали источником стремления к практически не ограниченному увеличению своего богатства (Веблен, 2020). Демонстративное (т.е. показное, избыточное) потребление материальных ценностей, направленное на удовлетворение мнимых, искусственных потребностей, ученый противопоставлял рациональному потреблению, призванному удовлетворять действительные потребности людей.

Представители поведенческой экономики вслед за Т. Вебленом отстаивают идею ограниченной рациональности индивида: человек в условиях дефицита времени, информации и других ресурсов из многообразия вариантов использует далеко не самый оптимальный (рациональный), а скорее — наиболее приемлемый вариант из доступных. Будучи по своей природе иррациональным существом, человек подвержен влиянию эмоций, социальных норм, стереотипов и др., и основным критерием принятия

решения в ситуации выбора для него выступает не потребительская полезность, а транзакционная, отражающая субъективное качество сделки (Талер, 2020). Такой вид полезности определяется как разница между текущей стоимостью товара и его обычной рыночной стоимостью (иными словами, человека привлекает выгодная сделка). По меткому замечанию Р. Талера, однократная выгодная покупка доставляет человеку больше удовольствия, чем возможность сэкономить небольшую сумму денег на регулярной покупке отдельных товаров.

Философия консьюмеризма, на которой построены социально-экономические отношения конца XX — начала XXI в., отражает стремление людей к увеличению потребления товаров и услуг как самоцели и приводит к накоплению у них избыточных бесполезных материальных ценностей. Однако мы не можем игнорировать тот факт, что с начала XXI в. мир под влиянием серьезных социально-экономических потрясений (финансовый кризис 2008 г., глобальные проблемы, пандемия COVID-19), а также ускоренного развития цифровых технологий претерпел значительные изменения. В изменившемся мире господствуют новые ценности, и это отнюдь не консьюмеризм и не демонстративное потребление, а большая осознанность в потреблении, забота об экологии, наконец, совместное пользование благами (шеринг). Все это говорит о том, что рационалистическая модель поведения индивида приобретает новую актуальность, отражая тренд последних лет — отказ от избыточной собственности и максимизацию полезности. Такая философия, которую можно условно назвать «рациональный консьюмеризм», охватывает все большее число участников рынка, независимо от их социального статуса, уровня доходов и роли в экономике. В условиях пандемии COVID-19, например, потребители активно тестировали новые шеринговые сервисы, а представители бизнеса объединялись с конкурентами с целью совместного использования факторов производства.

Шеринговая практика уже прочно вошла в нашу жизнь, но научного осмысления данный феномен в полной мере еще не получил, что обуславливает различия в его трактовке. Можно встретить такие варианты перевода словосочетания «sharing economy», как: шеринговая экономика (Земскова, 2019), экономика совместного потребления (Головецкий, Гребенник, 2017; Лымарь, 2018), долевая экономика (Орлова, Зеленюк, 2016), экономика участия (Маркеева, 2017) и др. В данной статье мы будем использовать термины «шеринговая экономика» и «экономика совместного потребления» как семантически наиболее близкие к исходному англоязычному понятию. Пионеры в области исследования ЭСП более десяти лет назад дали ей следующее определение: это новая экономическая модель, основанная на коллективном использовании товаров и услуг, бартере и аренде вместо владения (Botsman, Rogers, 2010). За это время произошли существенные изменения как в сфере развития цифровых техно-

логий, так и в схемах взаимодействия основных участников ЭСП. В этой связи, на наш взгляд, целесообразно говорить о широкой и узкой трактовках интересующего нас понятия.

В широком смысле шеринговая экономика — это совокупность хозяйственно-правовых отношений, складывающихся между экономическими субъектами по поводу совместного потребления и предоставления временного доступа к товарам и услугам, а также организации инфраструктуры обмена экономическими благами. *В узком смысле* — это бизнес-модель, предполагающая совместное использование товаров и услуг на базе электронных платформ и сервисов. Подчеркнем, что, по нашему мнению, ЭСП хоть и несет заметные преобразования отдельных аспектов рыночных отношений (изменения портрета участников рынка, их роли и функций в модели кругооборота доходов и расходов, схемы обмена между ними и др.), но не удовлетворяет в полной мере всем критериям для того, чтобы называться новой экономической моделью (Пороховский, 2005). Развитие шеринга скорее ведет к расширению контуров современной рыночной модели экономики, делая ее более открытой, децентрализованной и социально ориентированной. В этой связи в данной статье шеринговая экономика будет интерпретироваться как новая поведенческая модель (с точки зрения потребителя) или бизнес-модель (с точки зрения предпринимателя).

Основные принципы и особенности функционирования шеринговой экономики

Анализ шеринговой экономики в контексте эффективного размещения ресурсов потребителями и производителями позволяет говорить о специфике ее функционирования и выделять принципы, характеризующие поведение экономических агентов, участвующих в совместном потреблении. Она работает по-другому, опираясь не на сделки традиционной купли-продажи товаров и услуг, а на арендные отношения. Экономический смысл совместного потребления состоит в том, что потребители получают возможность временного пользования не принадлежащим им имуществом и удовлетворения своих растущих потребностей по доступным ценам. Такая возможность появляется благодаря тому, что у домохозяйств и фирм остаются излишки, превышающие их потребности. Эти излишки экономически не реализуются, не приносят доход владельцам, а их содержание оказывается финансово обременительным. Бóльшая осознанность в потреблении обуславливает отказ от избыточной собственности и получение выгоды от предоставления временного доступа к благам.

Происходящие изменения в отношении экономических агентов к факту владения объектами собственности свидетельствуют о том, что собствен-

ность уже не считается однозначным показателем статуса и богатства, особенно если речь идет о молодом поколении. В современной экономической реальности на первый план для индивидов с новой философией потребления выходит рациональность и эффективность использования активов, определяемая на основе финансовой отдачи относительно сделанных вложений.

Выбор в пользу аренды особенно характерен для среднего класса, доля которого в имуществе, по оценкам экспертов, сокращается в долгосрочной перспективе (рис. 1), но и потребитель с высоким доходом нередко в наши дни предпочитает аренду (а не покупку) дорогого автомобиля, виллы, яхты и других благ. Что касается самых богатых представителей общества, то они скорее всего продолжают наращивать свой капитал. Эти рассуждения основаны на многочисленных наблюдениях и данных, предоставленных представителями разных классов. Более глубокий анализ современного портрета участника экономики совместного потребления, в том числе в разрезе его уровня дохода и имущественного положения, представляется нам весьма актуальным направлением дальнейших исследований, открывающим возможности для разработки модели включения разных экономических агентов в шеринговое взаимодействие.

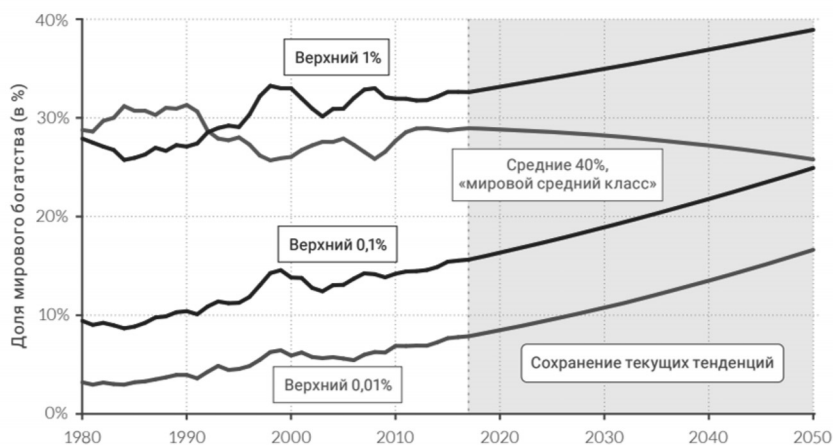


Рис. 1. Доля мирового среднего класса (средние 40%) в имуществе, 1980–2050 гг. (на основе анализа данных Китая, ЕС и США)

Источник: (World Inequality Lab, 2018).

Для выявления особенностей шеринговой экономики важно понять принципы, на которых строится эта экономика. К наиболее важным из них мы относим следующие: рациональность, эффективность, доходность, срочность и доверие. Главным критерием экономической *рациональности* выступает максимизация полезности при имеющихся бюджетных ограни-

чениях (Кононкова и др., 2018). Шеринг позволяет платить за полезность блага без необходимости его приобретения в собственность, при этом денежный доход потребителя перестает выступать основной детерминантой спроса. Принцип *эффективности* означает получение максимальной экономической отдачи от использования имеющихся активов относительно затрат на их приобретение и содержание. В контексте модели совместного потребления неиспользованный ресурс приравнивается к потерянному. Поэтому самые успешные проекты шеринг-индустрии возникают в тех отраслях, где есть существенный резерв повышения отдачи от использования ресурса (транспорт, недвижимость и др.). Это позволяет создавать бизнес с высокой добавленной стоимостью. Следующий принцип — *доходность*, т.е. возможность получения дохода от временно неиспользуемых собственных ресурсов. На первый план для собственников в новой поведенческой модели выходит учет альтернативных издержек — упущенной выгоды от актива, который не находится в непрерывном потреблении. Одновременное использование экономического блага (или его части) как собственником, так и потребителем значительно снижает альтернативные издержки. Еще одним важным принципом экономики совместного потребления является *срочность*, т.е. предоставление доступа к ресурсам на временной (чаще всего кратковременной) основе. И, наконец, пятый принцип — это *доверие участников* сделки друг к другу. В децентрализованных отношениях шеринга гарантией безопасности для рыночных агентов при взаимодействии с третьими лицами выступает репутация индивида в онлайн-сообществе, которая является важным условием саморегулирования модели (Botsman, Rogers, 2010). Высокий рейтинг поддерживает спрос и дисциплинирует всех участников ЭСП, создавая прочные основы для взаимного доверия.

Понимание данных принципов позволяет раскрыть более подробно специфику функционирования новой модели взаимоотношений экономических агентов, которая выражается в особом составе участников ЭСП, схемах их взаимодействия, а также мотивах участия каждого субъекта в шеринговой практике.

Новая экономическая реальность меняет субъектный состав данного сегмента рынка. Субъектами отношений собственности в экономике шеринга выступают: во-первых, собственник, готовый делиться своим имуществом, во-вторых, потребитель, предпочитающий временное пользование приобретению в собственность, в-третьих, компании-посредники, предоставляющие электронную платформу для взаимодействия и устанавливающие правила обмена экономическими благами внутри сообщества (рис. 2). Наличие особого посредника в виде цифровой платформы является обязательным элементом функционирования шеринговой экономики, отличающим ее от традиционного взаимодействия рыночных агентов. Участником ЭСП также считается государство, однако возможности

его воздействия на данную область экономических отношений заметно меньше, чем на традиционные отрасли экономики, в силу децентрализованного характера шеринга и ограничиваются нормативным регулированием, а также налоговыми отношениями с платформенными компаниями. Взаимодействие между собственником и потребителем осуществляется в цифровом пространстве на принципах саморегулирования (а именно регулируются онлайн-сообществами, например, через отзывы, видеорецензии и механизм тайных проверок качества предоставляемых услуг).

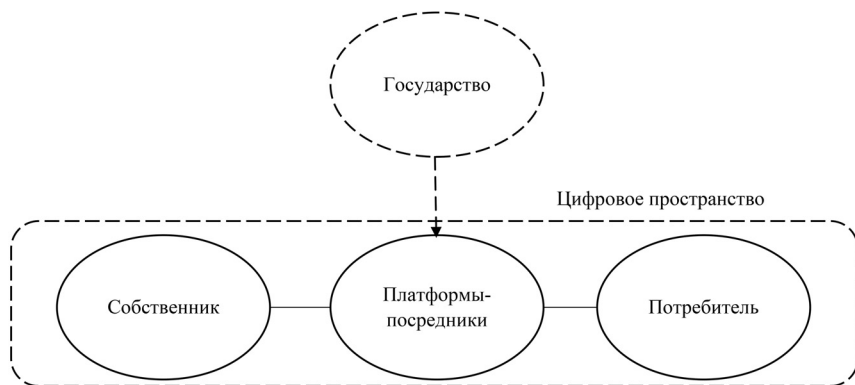


Рис. 2. Участники ЭСП

Источник: составлено авторами.

Шеринговая экономика, распространяя свое влияние на новые отрасли и сферы, охватывает все сегменты хозяйственных отношений: C2C, или P2P, (от англ. consumer-to-consumer, или peer-to-peer), B2C (от англ. business-to-consumer) и с недавнего времени B2B (от англ. business-to-business). Конкретная схема взаимодействия собственника и потребителя шеринговой экономики зависит как от статуса участника (физическое лицо или компания), так и от бизнес-модели, выбранной платформенной компанией. Рассмотрим несколько примеров шеринговых услуг в каждом сегменте.

В ситуации, когда собственник и потребитель услуги — физические лица (C2C, P2P), компания-посредник предоставляет только площадку для совершения взаимовыгодной сделки. По такой схеме в ЭСП осуществляется краткосрочная аренда личных вещей (примеры платформ: Avito, Юла, Next2U.ru, Rentmania), краткосрочная аренда личного транспорта или посадочного места (Rent a Ride, Carenty, BlaBlaCar), жилой недвижимости (Airbnb, ЦИАН), а также работает рынок фриланс-услуг (Profi.ru). В сегменте B2C платформенная компания непосредственно взаимодействует с потребителем услуги, так как предоставляет во временное пользование принадлежащие ей как собственнику активы: автомобиль из своего

автопарка («Яндекс.Драйв», Velka car) или офисное помещение (Regus). Возможность включения в единую сеть одновременно большого числа пользователей активов компании позволяет относить эту сферу к ЭСП. Наконец, шеринговая практика в сегменте B2B (когда собственник и потребитель услуги — бизнес-единицы) только набирает популярность. Речь идет о совместных закупках, производстве, совместном использовании сотрудников, промышленного оборудования и других ресурсов разными компаниями с целью экономии, а также ускорения обновления основных средств. Например, стартап Floow2 предоставляет электронную площадку, где одни компании размещают информацию о своих неиспользуемых в данный момент активах, а другие компании могут взять их в аренду. Кроме того, еще одной специфической формой взаимодействия субъектов ЭСП принято считать краудфандинг, который характеризуется тем, что пользователи совместно вкладывают инвестиции в создание какого-либо продукта, представляющего общественную значимость и интерес, а также делят расходы на приобретение продукта или услуги. Данное взаимодействие может осуществляться между физическими лицами (C2C), юридическими и физическими лицами (B2C), а также между юридическими (B2B). Ключевые платформы в этой сфере: Planeta.ru, BoomStarter, CrowdRepublic, «СберКредо».

Включение в ЭСП оказывается выгодным для всех участников хозяйственных отношений — собственников, потребителей и платформ-посредников (Benkler, 2004). Собственник активов, обладающих значительным резервом в эксплуатации, может с выгодой для себя вовлекать их в хозяйственный оборот, не расставаясь с объектом. В соответствии с принципами новой поведенческой модели он может сдавать, например, свой автомобиль в аренду в свободное от личного пользования время и получать доход, компенсирующий экономические издержки, аналогичным образом сдавать дачу, квартиру, комнату или балкон.

Потребитель шеринговых благ может иметь несколько причин для совместного потребления. Первой из них является очевидная экономия: возможность получения более дешевого доступа к объекту собственности, освобождение от уплаты налогов и эксплуатационных затрат, ведь собственность — это не только отношения по поводу прав и возможностей собственника, но и отношения по поводу его обязанностей (Кононова и др., 2019). Вторая причина — свободный образ жизни, при котором люди не привязываются к определенной локации и не хотят обременять себя собственностью, так как часто бывают в командировках и много путешествуют. Кроме того, к вопросу приобретения собственности необходимо подходить обдуманно, это занимает достаточно времени, в то время как аренда имущества является более быстрым и гибким способом удовлетворения потребности. Третьей причиной являются сложности, связанные с хранением вещей. Для владельца автомобиля, например, серьезной про-

блемой становится ежедневная парковка у дома при отсутствии свободных парковочных мест, а приобретение машиноместа или гаража дефицитно и слишком затратно. Исследователи отмечают еще одну объективную причину отказа от владения в пользу совместного потребления — ограничения в реализации правомочий собственника (Толкачев и др., 2017). Дело в том, что в условиях цифровой трансформации потребитель товаров и услуг уже не считается полноправным собственником, так как реализация его основных правомочий нередко затруднена. Например, правомочие владения и распоряжения не может быть в полной мере реализовано, потому что есть угроза дистанционной блокировки доступа. Правомочия пользования и получения дохода потребитель не может реализовать самостоятельно, без постоянного взаимодействия с поставщиками услуг, обновляющими программное обеспечение. Правомочие передачи по наследству теряет смысл в силу высоких темпов морального обесценивания оборудования. Все это стимулирует как бизнес, так и индивидов оплачивать временный доступ к благу вместо его покупки.

Наконец, для платформ-посредников выгоды от участия в шеринговой экономике заключаются в получении конкурентного преимущества и значительной экономии на издержках. Для того чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке в условиях быстрого развития цифровых технологий, компании должны отвечать на запросы времени, в том числе реагировать на меняющиеся потребительские предпочтения. При этом затраты на ведение бизнеса (вложения в развитие цифровых технологий, т.е. создание сайтов, приложений) меньше по сравнению с традиционными бизнес-моделями, а доходы (комиссии от сделок, плата за размещение объявления и его продвижение) растут вместе с ростом объемов шеринговой экономики. Кроме того, платформам благодаря технологиям Big Data открывается доступ к практически не ограниченному потоку пользовательских данных в интернете, позволяющих персонализировать рыночное предложение и создавать высочайшую ценность для потребителя. Риски платформ также минимальны: в большинстве случаев посредники не несут ответственности за ненадлежащее использование актива, последняя распределяется между собственником и потребителями.

Несмотря на очевидные выгоды для всех участников ЭСП, новая экономическая модель имеет определенные ограничения. Риски собственника связаны главным образом с ненадлежащим и несанкционированным использованием его актива, например, повреждением или кражей. Поэтому краеугольным камнем является юридическая защита права собственности, а также высокая степень спецификации правомочий в контракте (в том числе электронном). В случае отсутствия контракта отношения строятся на доверии, а сохранность имущества гарантируется залогом. Что касается потребителя, то он несет явные издержки, связанные с оплатой стоимости аренды имущества, а также трансакционные издержки, связанные

с поиском необходимого актива, изучением особенностей эксплуатации чужой вещи и др. Онлайн-сервисы позволяют сократить транзакционные издержки до минимума. Риски компаний-посредников связаны с падением спроса на услуги шеринга и сетевыми эффектами, приводящими к внезапному массовому переходу пользователей на платформу конкурента. Для государства риск распространения ЭСП заключается в том, что деятельность экономических агентов в рамках этой модели не учитывается в ВВП и нередко оказывается в теневом секторе. Например, правовой статус индивидов, извлекающих из личной собственности коммерческую выгоду, до сих пор не урегулирован законодательно в РФ. Такие субъекты не относятся к категории самозанятых и не зарегистрированы в качестве индивидуальных предпринимателей, поэтому не платят налоги в государственный бюджет.

В ряде стран уже имеется успешный опыт вывода из тени целых отраслей ЭСП. В Греции, например, с 2016 г. действует закон, регулирующий рынок краткосрочной аренды туристического жилья, в котором четко сформулированы критерии для собственников, касающиеся сроков аренды, условий проживания, налоговых отчислений (Шерешева, Кацони, 2019). Так, в соответствии с законом, ограничивается число объектов размещения, которые могут быть сданы в аренду одним владельцем (не более четырех), вводятся нормативы по минимальному размеру помещений (не менее 9 кв. м), а также по условиям проживания (освещение, вентиляция, отопление и пр.). Предельные сроки аренды объектов недвижимости составляют (общий срок аренды за год): в популярных локациях — не более 90 дней, в менее известных местах — 50 дней. Закон также содержит положение о создании единого реестра, в котором должны регистрироваться арендодатели. Налоговые ставки на доходы физических лиц, получаемые от сдачи в краткосрочную аренду недвижимости, в зависимости от суммы годового дохода колеблются в пределах от 15 до 45%, что приносит в бюджет Греции дополнительно 48 млн евро в год. Стоит отметить, что вопрос налогового регулирования для транзакций в ЭСП по-прежнему в значительной степени остается нерешенным в большинстве стран мира, в том числе в России.

Развиваясь, шеринговая экономика трансформирует всю систему взаимодействия экономических агентов, расширяя контуры классической модели рынка и делая ее более гибкой, открытой и социально ориентированной.

Признаки трансформации рыночных отношений в шеринговой экономике

Новая модель поведения рыночных агентов накладывает отпечаток на товарно-денежные отношения и меняет картину классического об-

мена. В стандартной схеме рыночного взаимодействия (модель кругооборота ресурсов и доходов) за каждым субъектом хозяйственных отношений закреплена определенная роль: фирмы являются производителями экономических благ, домохозяйства — потребителями. Рынок потребительских товаров и услуг и рынок ресурсов функционируют автономно друг от друга. В ЭСП роли участников рынка смешаны, а границы рынков потребительских благ и факторов производства размыты. Потребители выступают сопроизводителями потребляемой услуги, фирмы — поставщиками ресурсов совместно с домохозяйствами, потоки ресурсов и доходов имеют двустороннюю направленность (рис. 3). При этом для производства товаров и услуг не требуются специальные условия и средства производства, что снижает барьеры входа на рынок для новых участников ЭСП. Важно понимать, что такое взаимодействие субъектов становится возможным только как вторичное по отношению к первичному распределению ресурсов и доходов в экономике (ведь для предоставления объекта во временное пользование потребитель должен его сначала приобрести в собственность, а производитель — создать данное благо с использованием всех необходимых средств производства). Поэтому совместное потребление возникает в условиях зрелых капиталистических отношений, когда объемы предложения и потребления достигают определенного максимума и их дальнейшее увеличение становится экономически нецелесообразным.

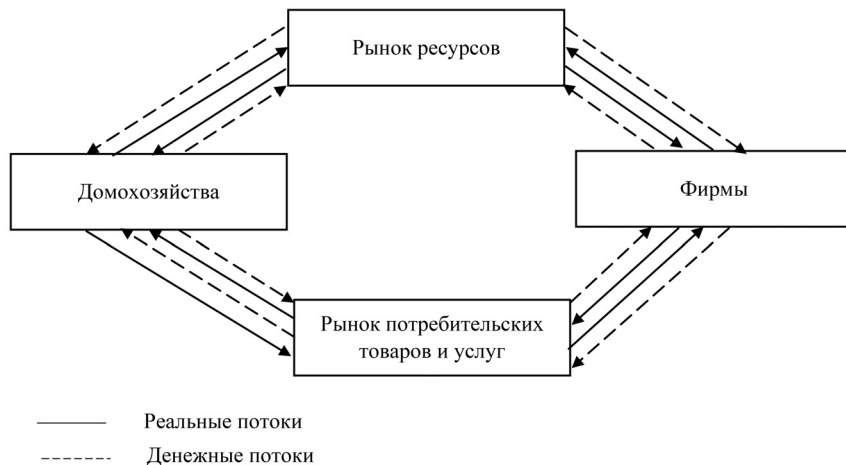


Рис. 3. Модель кругооборота ресурсов и доходов в ЭСП
 Источник: составлено авторами.

Обратим внимание на то, что в ЭСП не работает классическая схема обмена, точнее, она наполняется новым содержанием. Согласно данной схеме, при продаже товара бывший собственник его утрачивает, приобре-

тая в обмен деньги, товар уже не приносит ему пользу, исчезает физически, превращаясь в деньги. При покупке, напротив, деньги превращаются в товар, обладающий полезностью для потребителя. В процессе совместного потребления экономическое благо не сбрасывает свою первоначальную товарную форму, так как полезность извлекается одновременно собственником и потребителем товара или услуги. Для получения чужого продукта труда не обязательно отчуждать свой собственный. Это означает, что на протяжении всего процесса обмена товар сохраняет свою потребительскую стоимость. Границы между двумя полюсами этого процесса стираются, а товаровладелец больше не противопоставляется товарополучателю. Деньги при этом могут сохранять роль посредника, а могут в силу своей ненужности исключаться из данной схемы (в случае бартерных отношений между собственником и потребителем).

Новые хозяйственные отношения между участниками рынка частично решают вопрос «провалов» рынка, снижая их остроту. Как было сказано выше, зачастую для поставки благ на рынок потребительских товаров и услуг в ЭСП не требуется специальных условий и средств производства, дорогостоящего оборудования, производственных помещений и т.д. Все это снижает барьеры входа (и выхода) на рынок (с рынка) и увеличивает внутриотраслевую конкуренцию. Открытость и прозрачность отношений купли-продажи в шеринговой экономике (доступность информации о товаре в интернете, системы отзывов и оценок потребителей, верификация аккаунтов собственников в онлайн-сообществах и др.) нивелируют проблему асимметрии информации и снижают вероятность отрицательных внешних эффектов. Кроме того, в ЭСП наблюдаются отдельные случаи приобретения частными благами свойств общественных (или смешанных) благ: неисключаемости (например, фудшеринг) и неконкурентности в потреблении (например, онлайн-библиотеки, созданные на основе частных коллекций).

Таким образом, можно выявить ряд признаков, доказывающих наличие существенных преобразований в рыночных отношениях в случае ЭСП, а именно: изменение отношения индивидов к собственности (личное имущество — не показатель богатства, а резерв максимизации полезности), смещение субъектных основ рынка (размывание ролей производителя и потребителя), модификация классической схемы обмена (сохранение товаром своей потребительской стоимости на протяжении всего процесса обмена), а также частичное снятие классических «провалов» рынка. Все это способствует повышению доступности благ для потребителей, лучшему удовлетворению их потребностей. Вместе с тем фундаментальные основы рыночной модели экономики (частная собственность, рыночное ценообразование, свобода потребителя и производителя, конкуренция) в новой экономической реальности не подвергаются изменениям. Это означает, что тенденция к коллективному использованию личной собственности

и ее коммерциализация и, как следствие, стирание границ между личной и частной собственностью не подразумевают переход к альтернативным (нерыночным) формам хозяйствования.

Шеринг открывает перед участниками рынка новые возможности, заключающиеся в снижении финансовых затрат, более полном и быстром удовлетворении потребностей, большей доступности благ, рациональном использовании ресурсов (в том числе отказе от их избыточного применения и сохранении ресурсов для будущих поколений), делая рыночную экономику более открытой и социально ориентированной. Вместе с тем новые вызовы, с которыми сталкиваются экономика и общество, могут создать преграду для совместного потребления благ, поставив участников шеринговой индустрии перед сложным выбором: продолжить развивать новую бизнес-модель, адаптируясь к непредвиденным изменениям внешней среды, или обратиться к традиционной схеме рыночного обмена, покинув сферу ЭСП.

Шеринг в условиях новых вызовов: проверка на прочность

Экономический кризис, обусловленный пандемией COVID-19, принес серьезные испытания для экономических агентов. Особенностью данного кризиса является то, что во многих странах наблюдалось снижение как спроса на многие товары и услуги (потребление стало более осознанным в условиях ограничений), так и предложения экономических благ вследствие локдаунов и недостаточно эффективной поддержки производителей. В условиях высокой неопределенности значительно увеличились риски всех участников рынка. Шеринговая экономика не стала исключением, потеряв часть своих проектов в результате введения ограничительных мер.

На первый взгляд могло показаться, что бизнес-модель, на которой строится экономика шеринга, не жизнеспособна в условиях пандемии. Однако в действительности оказалось, что убытки компаний шеринг-индустрии за время самоизоляции не превысили убытки компаний отраслей традиционной экономики (Интервью РБК с главой BlaBlaCar, 2020). Практика показала, что сама бизнес-модель шеринга, основанная на цифровых технологиях, имеет более высокие адаптационные способности и может меняться быстро и без значительных потерь под давлением новых вызовов. Компании, которым удалось лучше учесть требования рынка, стали победителями в жесткой конкурентной борьбе и быстро преодолели кризис. Успешная адаптация многих компаний к новым условиям и массовое внедрение инноваций дают основания говорить о «ренессансе» шеринговой экономики после кризиса. Об этом свидетельствует также динамика валового объема транзакций на рынке шеринг-услуг в России (рис. 4). Из графика видно, что начиная с 2017 г. объем продаж (млрд руб.) в ЭСП

неуклонно растет, при этом по итогам кризисного 2020 г. он составил 1,07 трлн руб., показав положительную динамику в 39%, благодаря росту отдельных сегментов рынка, компенсирующему общее снижение спроса в стране.

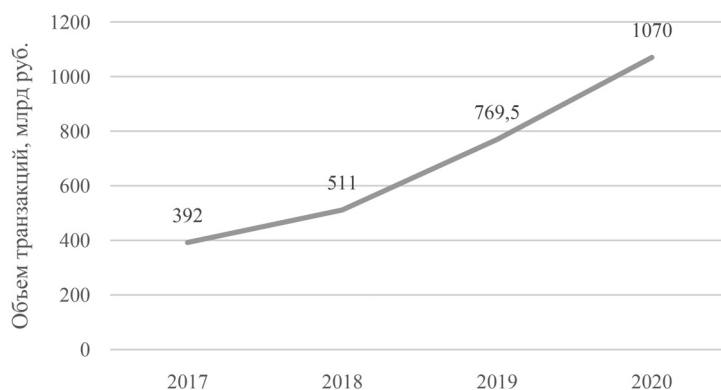


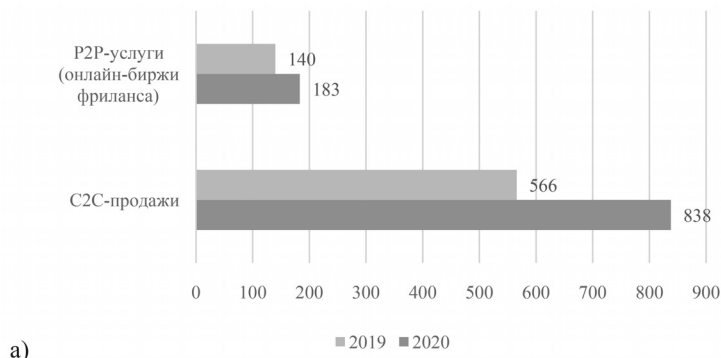
Рис. 4. Динамика валового объема транзакций (млрд руб.) в ЭСП в России с 2017 по 2020 г.

Источник: составлено авторами на основе (РАЭК, 2021).

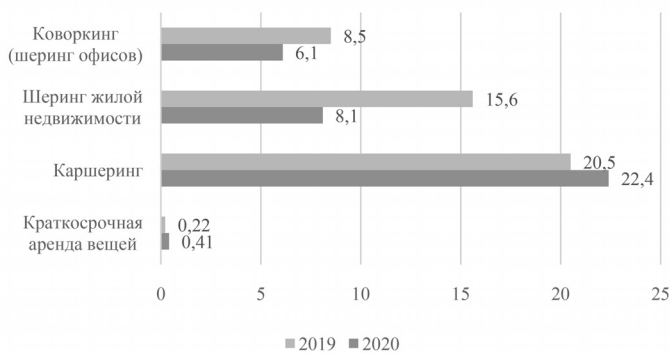
Следует отметить, что в разрезе по сегментам шеринговой экономики мы видим разнонаправленную динамику (рис. 5а, б). Наиболее приспособленными к вызовам, обусловленным пандемией, оказались такие ведущие отрасли экономики совместного потребления, как С2С-продажи и Р2Р-услуги (онлайн-биржи фриланса), осуществляемые на электронных платформах Avito, «Юла», You Do, Profi.ru и др. (рис. 5а). Это связано с возросшим спросом населения на доставку товаров во время самоизоляции, а также необходимостью искать подработку и выполнять работу удаленно.

Рынок каршеринга в 2020 г. также вырос (на 9% по отношению к предыдущему году), однако не за счет роста количества поездок, а за счет увеличения средней продолжительности поездки и повышения тарифов (рис. 5б). Такой небольшой прирост выручки в одном из самых перспективных сегментов ЭСП связан, на наш взгляд, с введением государством запрета на работу сервисов каршеринга с апреля по май 2020 г. и ряда ограничений для каршеринговых компаний с мая по июнь, что привело к их убыточности. Возникшие риски государственного регулирования каршеринговые компании сумели частично нивелировать за счет подключения своего инновационного потенциала, что в итоге и позволило им удержать конкурентное преимущество. Например, агрегаторы «Яндекс.Драйв» и YouDrive предоставили опции передачи автомобиля «из рук в руки», позволяющие завершать поездку за пределами зоны аренды или в отсутствие свободной парковки при условии, что автомобиль сразу забирает другой пользова-

тель. Кроме того, на рынок вышли новые игроки, работающие в сегменте P2P, т.е. предлагающие для совместного пользования не автопарк компании, а автомобили физических лиц, участвующих в программе (Rent a Ride, Sarenty и др.), что также внесло свой вклад в увеличение объема транзакций по отрасли.



а)



б)

Рис. 5. Объем транзакций (млрд руб.) по отраслям ЭСП в России за 2019 и 2020 гг.:

а) P2P-услуги и C2C-продажи;

б) коворкинг, шеринг жилой недвижимости, каршеринг, краткосрочная аренда вещей

Источник: составлено авторами на основе (РАЭК, 2021).

Лидером роста в 2020 г. (85% по отношению к предыдущему году) среди отраслей ЭСП стала краткосрочная аренда вещей через такие платформы, как Rentmania, Next2U.ru и др. Отметим, однако, что данный рынок в России пока слабо развит, поэтому мы можем говорить лишь об относительном росте (объемы транзакций по отрасли составляют всего 0,41 млрд руб. по сравнению с 838 млрд руб. в сегменте C2C-продаж). Такой бурный рост рынка в том числе наблюдался в связи с повсеместным закрытием фитнес-клубов: высоким спросом пользовались тренажеры

и другое оборудование для занятий спортом. Также особой популярностью пользовались игровые приставки и кухонная техника (РАЭК, 2021). В ответ на возросший спрос компании-агрегаторы предложили рынку новые решения: бесконтактную доставку, требования по дезинфекции, возможность аренды вещи без залога при условии предоставления своих паспортных данных и др.

Больше всего от пандемии пострадала сфера краткосрочной аренды помещений: как жилой недвижимости (падение на 48%), так и офисов (падение на 28%) (рис. 56). Полная остановка международного туризма, ограничения на передвижение внутри страны и запрет личных контактов во время самоизоляции обусловили снижение спроса на краткосрочную аренду комнат. Это вынудило участников рынка переходить на более длительные сроки аренды (для пользователей, желающих провести несколько месяцев в самоизоляции), вводить гибкую систему цен, а также увеличивать предложение аренды загородной недвижимости для семей (Дайджест шеринга № 15, 2020). Что касается шеринга офисных пространств (коворкинга), то, по нашему мнению, падение рынка связано не столько со спецификой предоставляемых услуг, сколько с неразвитостью этой сферы в России. Дело в том, что в условиях недостаточного индивидуального спроса участники рынка чаще всего отдают целые этажи коворкинг-пространств (оптом) крупным корпорациям. Падение спроса на аренду дополнительных рабочих мест со стороны таких корпораций во время пандемии привело к резкому снижению объемов продаж. Более уместным в условиях новых вызовов был бы получивший распространение на Западе формат индивидуальных офисов и конференц-залов для одного человека для проведения удаленной работы и виртуальных переговоров. Дистанционная работа из дома для большинства людей оказывается неудобной, что и побуждает их обращаться к сервисам аренды рабочего места. По мнению аналитиков РБК, тренд на удаленную работу сохранится и после пандемии: предполагается, что до 30% сотрудников будут работать удаленно как минимум несколько дней в неделю (Дайджест шеринга № 15, 2020). Поэтому отрасль коворкинг-услуг имеет существенные резервы роста и будет расширяться вместе с развитием занятости на условиях фриланса.

Таким образом, вызовы последних лет привели не к сокращению рынка шеринга, а, наоборот, на фоне произошедших изменений в философии потребления к увеличению числа участников совместного потребления и большему разнообразию сервисов, предлагаемых по схемам ЭСП.

Заключение

В заключение отметим, что, несмотря на тенденцию к самоизоляции в обществе, ЭСП продолжает развиваться и демонстрирует прекрасную

выживаемость в новых условиях. Вопреки ожиданиям шеринговая экономика представляет растущий рынок с ежегодным темпом роста лидирующих отраслей от 30 до 50% (РАЭК, 2021). Становление новой поведенческой и бизнес-модели неразрывно связано с быстрым развитием цифровых технологий и изменением потребительских предпочтений (отказ от философии консьюмеризма и переход к осознанному потреблению). Базовые принципы ЭСП (рациональность, эффективность, доходность, срочность и доверие), а также особенности взаимодействия ее участников накладывают отпечаток на товарно-денежные отношения, приводя к преобразованию рыночных основ: смене парадигмы частной собственности, смещению субъектных основ рынка, изменению классической схемы обмена, частичному снятию «провалов» рынка. Вызовы последних лет обеспечили настоящую проверку шеринговой экономики на прочность, и она не только ее успешно прошла, но и показала более высокие адаптационные способности во время кризиса по сравнению с традиционными отраслями экономики, что рисует оптимистичный сценарий будущего ЭСП и открывает новые интересные области для исследования.

Список литературы

Веблен, Т. (2020). *Теория праздного класса: пер. с англ. / вступ. ст. и примеч. С. Г. Соркиной; общ. ред. В. В. Мотылева*. ЛЕНАНД.

Герасименко, В. В. (2021). Развитие рынка платформ e-Commerce в России: структура, экспансия, тренды. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, 21(2), 33–48. <https://doi.org/10.38050/01300105202122>.

Головецкий, Н. Я., & Гребенник, В. В. (2017). Фундаментальные основы экономики совместного потребления. *Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте*, 4(23), 21–25. <https://doi.org/10.21777/25879472201742126>.

Земскова, Е. С. (2019). Шеринг как отражение ценностных ориентиров потребителей в цифровой экономике. *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент*, 3, 17–24. <https://doi.org/10.17586/2310117220191231727>.

Кононкова, Н. П. (2018). *Экономика: учебник для студентов естественных и гуманитарных факультетов*. Издательство Московского университета.

Кононкова, Н. П. (2019). *Цифровая трансформация экономики: государство, бизнес, общество: коллективная монография*. ТЕИС.

Лapidус, Л. В., Сорокина, Л. А., & Гостилович, А. О. (2020). Осведомленность поколения Z о технологиях цифровой трансформации бизнеса в условиях технологического сдвига. *Ars Administrandi (Искусство управления)*, 4, 618–638. <https://doi.org/10.17072/2218917320204618638>.

Лымарь, Е. Н. (2018). Экономика совместного потребления в современной России. *Вестник ЧелГУ*, 12(422), 67–72. <https://doi.org/10.24411/19942796201811207>.

Маркеева, А. В. (2017). Экономика участия (sharing economy): проблемы и перспективы развития. *Инновации*, 8(226), 73–79.

Орлова, Г. А., & Зеленюк, А. Н. (2016). Развитие «Долевой» экономики. *Российский внешнеэкономический вестник*, 8, 3–11.

Пороховский, А. А. (2005). О российской модели рыночной экономики. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, 1, 27–40.

РБК (31.07.2020). Дайджест шеринга № 15. Дата обращения 30.09.2020, <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5f2408169a7947e576fe6c26>.

РБК. (11.06.2020). Глава BlaBlaCar о влиянии пандемии на шеринг. Дата обращения: 30.09.2020, <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5ee12a989a7947e22ee93063>.

Российская ассоциация электронных коммуникаций. (2021). Экономика совместного потребления в России 2020. Дата обращения: 25.07.2021, https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2021/02/ТИАРАЕС_Sharing-Economy-2020.pdf.

Талер, Р. (2020). *Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать: пер. с англ. А. Прохоровой*. Эксмо.

Толкачев, С. А., Михайлова, П. Ю., & Нартова, Е. Н. (2017). Цифровая трансформация производства на основе промышленного интернета вещей. *Экономическое возрождение России*, 3(53), 79–89.

Шерешева, М. Ю., & Кацони В. (2019). Экономика совместного потребления в индустрии гостеприимства и туризма. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, 1, 71–89.

Bankler, Y. (2004). Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production. *The Yale Law Journal*, 114, 273–285.

Botsman, R., Rogers, R. (2010). *What is mine is yours: the rise of collaborative consumption*. HarperBusiness.

Kreiczer-Levy, S. (2015). Consumption Property in the Sharing Economy. *Pepperdine Law Review*.

Rifkin, J. (2001). *The age of access: the new culture of hyper capitalism where all of life is a paid-for experience*. TarcherPerigee.

Schor, J. (2016). Debating the Sharing Economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7–22.

World Inequality Lab (2018). Доклад о неравенстве в мире 2018. Retrieved July 31, 2021, from <https://wir2018.wid.world/files/download/wir2018-summary-russian.pdf>.

References

Veblen, T. (2020). *The theory of the leisure class: trans. from English / intro. art. and notes by S. G. Sorokina; general ed. by V. V. Motylev*. LENAND.

Gerasimenko, V. V. (2021). Development of the e-Commerce platform market in Russia: structure, expansion, trends. *Moscow University Economic Bulletin*, 21(2), 33–48. <https://doi.org/10.38050/01300105202122>.

Golovetsky, N. Y., & Grebenik, V. V. (2017). Fundamental foundations of the economy of joint consumption. *Moscow Witte University Bulletin*, 4(23), 21–25. <https://doi.org/10.21777/25879472201742126>.

Zemskova, E. S. (2019). Sharing as a reflection of consumer values in the digital economy. *Scientific journal NRU ITMO. Series: Economics and environmental management*, 3, 17–24. <https://doi.org/10.17586/2310117220191231727>.

Kononkova, N. P. (2018). *A textbook for students of natural sciences and humanities faculties*. Moscow University Press.

Kononkova, N. P. (ed.) (2019). *Digital transformation of the economy: state, business, society: a collective monograph*. TEIS.

Lapidus, L. V., Sorokina, L. A., & Gostilovich, A. O. (2020). Generation Z awareness of digital transformation technologies under a technological shift. *Ars Administrandi*, 4, 618–638. <https://doi.org/10.17072/2218917320204618638>.

Lymar', E. N. (2018). Economics of joint consumption in modern Russia. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 12 (422), 67–72. <https://doi.org/10.24411/19942796201811207>.

Markeeva, A. V. (2017). Sharing economy: problems and development prospects. *Innovations*, 8 (226), 73–79.

Orlova, G. A., & Zelenuk, A. N. (2016). Development of the “Share” economy. *Russian foreign economic bulletin*, 8, 3–11.

Porokhovskiy, A. A. (2005). About the Russian model of the market economy. *Moscow University Economic Bulletin*, 1, 27–40.

RBC (31.07.2020). Sharing digest №15. Retrieved September 30, from <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5f2408169a7947e576fe6c26>.

RBC (11.06.2020). The head of BlaBlaCar about the impact of the pandemic on sharing. Retrieved September 30, from <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5ee12a989a7947e22ee93063>.

Russian association of electronic communications. (2021). Sharing economy in Russia 2020. Retrieved July 25, from https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2021/02/TIARRAEC_Sharing-Economy-2020.pdf.

Thaler, R. (2020). *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics: trans. from English by A. Prokhorova*. Eksmo.

Tolkachev, S. A., Mikhailova, P. Y., & Nartova, E. N. (2017). Digitization of manufacturing of the industrial Internet of things. *The Economic Revival of Russia*, 3 (53), 79–89.

Sheresheva, M. Y., & Katsoni, V. (2019). Sharing economy in hospitality and tourism. *Moscow University Economic Bulletin*, 1, 71–89.