УДК: 330
Швед В.В. к.э.н., доцент
Винницкий социально-экономический институт Университета «Украина»

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ШЭРИНГОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Предметом статьи выступает анализ основных составляющих теории шэринга и его возможного использования в предпринимательской деятельности. В статье рассматривается природа возникновения шэринговой экономики, ее концептуальная связь с информационной экономикой и ее практическим приложением – викиномикой. Также внимание уделено практическим аспектам использования как отдельных элементов, так и всего механизма шэринга в бизнес-среде.

Формулируется академическое определение шэриговой экономики, а также ее ключевых принципов функционирования: принцип пиринга, принцип экологичности, принцип саморегулирования, принцип рациональности, принцип открытости, принцип «евангилизации». Обосновывается появление нового ключевого мерила стоимости – доверия. Доверие рассматривается как универсальная валюта, ценность которой формируется участниками отношений.

Ключевые слова: викиномика, коворкинг, информационная экономика, шэринговая экономика, шэриг, экономика по требованию, эвангилизация, доверие.

Швед В.В.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ШЕРІНГОВОЙ ЕКОНОМІКИ

Предметом статті виступає аналіз основних складових теорії шерінга і його можливого використання у підприємницькій діяльності. У статті розглядається природа виникнення шерінговой економіки, її концептуальний зв'язок з інформаційною економікою та її практичним застосуванням – вікіномікою. Також увагу приділено практичним аспектам використання як окремих елементів, так і всього механізму шерінга в бізнес-середовищі.

Формулюється академічне визначення шерігової економіки, а також її ключових принципів функціонування: принцип пірінга, принцип екологічності, принцип саморегулювання, принцип раціональності, принцип відкритості, принцип «евангілізації». Обґрунтовується поява нового ключового виміру вартості - довіри. Довіра розглядається як універсальна валюта, цінність якої формується учасниками відносин

Ключові слова: вікіноміка, коворкінг, інформаційна економіка, шерінговая економіка, шеріг, економіка на вимогу, евангілізація, довіра.

Shved V.

THEORY OF SHARING ECONOMY

The subject of the article appears sharing economy as principal component analysis theory and its possible use in business activities. The article examines the nature of occurrence sharing economy, its conceptual connection with the information economy and its practical application - wikinomics. Special attention is paid to the practical aspects of the use of individual elements and the whole sharing mechanism in the business environment.

Formulated academic definition of sharing economy and its key principles of functioning: the principle of peering, sustainability principle, the principle of self-regulation, the principle of rationality, the principle of transparency, and the principle of «evangelism».

The author proves the appearance of a new key measure of value - trust. Trust is seen as a universal currency, the value of which is formed by the participants of relations.

Keywords: wikinomics, coworking, information economy, sharing economy, sharing, the economy on demand, « evangelism », trust.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Бурное развитие информационных технологий в конце XX века значительно сократило предпринимательские расстояния, которые необходимо преодолевать, дабы добиться успеха в бизнесе. Обстоятельства, когда буквально каждый житель мира может, по меткому выражению Била Гейтса, «ощущать

информацию кончиками пальцев», изменили устоявшиеся экономические связи и алгоритмы, что в свою очередь вынудило разрабатывать и новые экономические модели.

Анализ последних исследований, в которых начато решение проблемы. К сожалению современные украинские авторы недостаточно внимания уделяют вопросам трансформации экономики в контексте появления ее новых моделей: викиномики и шэринга.

Цель статьи.Основной задачей написания данной статьи является теоретико-методологическое изучение причин появления шэринговой экономики, анализ ее сущности и основных принципов функционирования, рассмотрение практической составляющей модели шэринга.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Информационная доступность привела к появлению викиномики. Модели, основанной на скорости распространения и всеобщей доступности информации. Сотрудничество равных (пиринговый механизм) позволяет в определенной степени решить множество насущных проблем человечества привлекая необходимый минимум ресурсов без построения бюрократических надстурктур. Викиномика базируется на четырех основных принципах: открытости, обмена идеями, равенства и глобальности. Открытость представляет собой условия, когда компании раскрываются и открывают границы внешним идеям и человеческим ресурсам; обмен идеями реализуется через принятие интеллектуальной собственности как взаимного и общественного фонда; равенство представляет собой ситуацию, когда нет подчиненных и вышестоящих, при такой форме производства все сотрудники равны; глобальность реализуется через деятельность, при которой нет границ.

Викиномика имеет три основных проявления: коворкинг, аутсорсинг и краудсорсинг. Все названные экономические механизмы основываются на использовании нематериальных активов, не предполагая систематическое использование основных и оборотных фондов, принадлежащих субъектам деятельности. Только механизм коворкинга как эволюционное проявление концепции открытого офиса и, в определенной мере, концепции кубиклов, предполагает наличие материальных активов, которые могут использоваться участниками для достижения синергетического эффекта.

Таким образом, модель викиномики, хоть и опирается на классический базис политэкономии – хозяйствование путем создания добавочной стоимости, но не предполагает превалирующее использование материальных ресурсов.

Создавшийся вакуум привел к созданию принципиально новой экономической модели экономики – шэринговой экономики. Пионером общей концепции шеринга выступила Рэйчел Ботсман, автор книги «What's Mine Is Yours: Rise Of Collaborative Consumption», впервые опубликованной в 2010 году. Классическим примером шеринга, появившегося с легкой руки автора, является пример дрели. Ведь по мнению автора многие из нас имеют дома дрель, но используют ее от силы несколько раз в год. При этом жизненный цикл данной продукции в условиях обычного домохозяйства безмерно долог.

Кроме того, самым актуальным примером использования модели шэринга выступают совместные поездки, когда владелец транспортного средства соглашается перевезти потенциальных пассажиров в обмен на их обязательство развлекать водителя, или, когда несколько едва знакомых пассажиров заранее, по договоренности, вскладчину оплачивают транспортные расходы, а водитель в определенное время обязуется предоставить им всем услуги транспорта.

Таким образом, автор подводит нас к мысли, что у каждого из нас есть материальные ценности, которые мы используем недостаточно часто, дабы оправдать их первоначальную стоимость и получить необходимый для покрытия уплаченной

цены доход. То есть шэринговую экономику можно рассматривать как некий механизм превращения первоначальных долгосрочных пассивов в последующие среднесрочные активы.

Еще одной причиной возникновения и развития экономики шэринга является необходимость экономии ресурсов, поскольку существующие темпы потребления неминуемо приведут к истощению существующих их запасов уже в XXI веке. Данная перспектива, особенно усложненная резким ростом населения, вынуждает рационально подходить к использованию существующих ресурсов и оптимально их распределять. То есть шэринговая модель экономики уже сейчас выступает предтечей возникновения модели разумной экономики потребления.

Более академическое определение экономики шэринга можно сформулировать как информационную экономическую модель, направленную на трансформацию характера капитала из пассива в актив путем использования механизмов совладения, аренды, лизинга.

В упрощенном понимании экономику шэринга можно представить в виде коренной трансформации модели бартера. Классический бартер понимается как натуральный товарообмен, при котором одна вещь меняется на другую без денежной оплаты. Пропорция такого обмена устанавливается обменивающимися сторонами на добровольной основе и фиксируется в договоре. При бартере также происходит передача прав собственности на товар, обмениваемый каждой из сторон. При шэринге зачастую точно также добровольно устанавливаются пропорции обмена, отсутствует денежная оплата и используемая схема товароотношений выглядит как «товар за товар», но не происходит передачи прав собственности на обмениваемый товар. Я даю вам попользоваться своей дрелью, ну а вы посидите с моими детьми. То есть шэринг, даже в условиях натурального товарообмена, предполагает чёткую актуализацию самой сути материального владения. Да, я даю вам право пользоваться своей дрелью, и вы можете в последующем точно также продолжать ею пользоваться, но только в тех случаях, когда эта дрель не используется мною или другими потребителями.

Экономика шэринга представляет собой трансформацию классической экономики XX века – экономики индивидуального потребления и владения в экономику совместного пользования, но не владения. Все существующие модели экономики XX века предполагали в качестве базиса необратимость и системность процесса накопления, а разрабатываемые и используемые механизмы маркетинга, менеджмента, логистики – максимальную индивидуализацию продукции и наличие посредников, с возможностью тотального влияния на формирование потребительских запросов.

В отличие от моделей XX века, шэринговая экономика предполагает минимизацию длины посреднических и логистических цепочек, с одновременной максимизацией влияния конечного частного запроса на частное же предложение. Уже сейчас мировой, зачастую спонтанный, неструктурированный шэринг оценивается в 26 млрд. дол. со среднегодовым темпом роста, превышающим 20 %.

Таким образом можно утверждать, что в основе данной модели экономики лежит психологическая составляющая – доверие. Максимальная приближенность и удобная связь между спросом и предложением приводит к тому, что зачастую и продавец, и покупатель лично знакомы, и факт знакомства напрямую влияет на характер взаимоотношений между ними во многом нивелируя ценовую составляющую спроса и предложения.

Одной из основных проблем шэринговой экономики, возникающей еще на этапе общего понимания ее сущности, является изменение роли государства. В классических моделях экономики роль государства или абсолютизируется, или минимизируется, но эта роль четко понимается и описывается характер влияния государства на бизнес процессы. В условиях экономики шэринга возникают принципиально новые алгоритмы взаимодействия между продавцом и покупателем, основанные, как уже указывалось

выше – на доверии, но это не экономическая, а психологическая категория, весьма сложная для цифрового измерения. Государству необходимо разрабатывать новые институциональные инструменты для решения проблемы доверия между участниками шэринга что бы примерить на себя не только привычную роль регулятора, но уже и арбитра. Если же государство манкирует новыми обязанностями, тогда роль арбитра на себя вынужденно будут брать новые социальные институты, что в свою очередь приведет только к тотальному уменьшению влияния государства и коренному слому устоявшихся государственных образований.

Шэринговая модель экономики базируется на нескольких ключевых принципах: принципе пиринга, принципе экологичности, принципе саморегулирования, принципе рациональности, принципе открытости, принципе «евангилизации».

Рассматрим каждый принцип в отдельности.

Принцип пиринга, как и в викиномистической модели, предполагает равенство всех участников.

Суть принципа эколгичности состоит в принятии всеми участниками данной модели идеи того, что всякая деятельность должна быть максимально безопасна для планеты и окружающих. Поэтому намного целесообразнее объединить свои ресурсы и интересы, чтобы, довольствуясь малым, удовлетворить потребности каждого.

Принцип саморегулирования реализуется через принятие всеми участниками шэринга одинаковой меры ответственности как за свои действия, так и за все возможные последствия их действий. Если какой-либо продавец выполнил свои обязательства некачественно или не в полной мере, его ждет тотальное уменьшение количества покупателей. И такое уменьшение произойдет не по принуждению неких органов регулирования, а самостоятельно, основываясь на принципах равности и открытости. Информация о некачественном выполнении обязательств максимально быстро распространится среди покупателей, и возможный неудовлетворенный спрос будет оперативно удовлетворен новыми продавцами, поскольку барьеры деятельности в шэринговой модели экономики на данный момент отсутствуют.

Принцип рациональности много в чем перекликается с принципами равенства и экологичности, а также предполагает, что поскольку все участники рынка обладают всей необходимой полнотой информации, то все их действия будут максимально рациональны и направленны на получение максимальной выгоды. Также данный принцип раскрывает одну из существенных характеристик шэринга, как потребление только необходимого здесь и сейчас. Любое нецелесообразное расходование средств и ресурсов не предусматривается.

Принцип открытости уже единожды упоминался в данной статье. Данный принцип устанавливает тотальную информационную открытость, безбарьерную деятельность, а также возможность формирования спроса и предложения на любые, сколько угодно непривычные товары и услуги, конечно если при этом не нарушаются законодательные нормы.

Принцип «евангилизации». Суть данного принципа состоит в том, что обладание неким продуктом или возможность представления услуг основывается на тотальном убеждение потенциальных пользователей товара или услуги в том, что продукт преследует цель принести не только прибыль владельцам, но и пользу для общества, и второе зачастую важнее, чем первое. То есть совершая совместные поездки мы не только рационально расходуем бензин, сокращая добычу нефти, и не только заботимся об экологии, уменьшая объемы выброса вредных веществ в атмосферу, но и тем самым формируем некую экосистему, направленную на изменение модели потребления и вследствие этого, повышаем социальную ответственность как владельцев, так и потребителей. Социальный эффект достигается вследствие эффекта синергии и, как уже говорилось выше, способствует появлению модели экономики рационального потребления.

Сама суть шэринговой модели экономики заключается в условии «win-win». При данном условии ни одна из сторон не остается в проигравших – евангилизация, экологичность, доверие и социальная значимость, все эти характеристики позволяют максимально рационально использовать существующие ресурсы и удовлетворить потребности.

Важно отметить, что шэринговая экономика возможна только в условиях тотальной информатизации общества, всеохватывающим и свободным доступом к сети интернет. Любой продавец или покупатель волен сформировать предложение или заявить спрос.

«Онлайнизация» обычных моделей ведения бизнеса позволяет тотально сократить материальные издержки (администрирование ресурсов, персонал, инструменты производства). Все более широкое применение получают облачные технологии. Так по оценке Германа Грефа в ближайшие 5-10 лет произойдет коренной сдвиг финансовой парадигмы. Банковская система перестанет играть нынешнюю посредническую роль, а ее клиенты будут сотрудничать напрямую. Поэтому или финансовая система адаптируется к изменениям, превратившись в некую коммуникационную онлайн-площадку или же окажется на задворках бизнеса.

Также все большую популярность и практическую ценность приобретает интернет-вещей. Зачем идти в магазин, если условный холодильник, основываясь на анализе гастрономического поведения, может самостоятельно напрямую отправить запрос фермеру на поставку литра молока к следующему понедельнику?

Функционально модель шэринга, как уже указывалось, базируется на информационных технологиях. В сети интернет создается коммуникационная онлайн-площадка, представляющая услуги связи для всех желающих. Упрощенно такую площадку можно представить в виде онлайн доски объявления. Но, к примеру, самая популярная площадка-объявлений в Украине – OLX.ua, представляет собой не просто доску объявлений, а достаточно простую модель шэринга.

Так, с помощью данного ресурса продавцы и покупатели создают спрос и предложение, коммуницируют между собой, но также и формируют определенную репутацию того или иного продавца и покупателя. При этом сервис не несет ответственности за качество предлагаемого товара, за чистоплотность продавца или за гарантия оплаты, о чем честно предупреждают всех участников. Выбор покупателя или продавца происходит на основе принципов шэринга – открытости, пиринга, саморегулирования, также на основе доверия.

Участники самостоятельно формируют рейтинги продавцов и покупателей, что напрямую влияет на успех предпринимательства. Участник с низким рейтингом, но с приемлемой ценой не всегда будет популярен, поскольку покупатели просто не будут уверены в качестве его товара и чистоплотности при оформлении сделки.

То есть основным капиталом участника, напрямую влияющим на успешность, выступает не цена, а качество работы и лояльность к контрагентам. Понижения рейтинга или снижение лояльности напрямую приводит к потере доходов, а иногда и вынуждает к уходу с рынка.

Таким образом, мы можем констатировать, что шэринговая экономика оперирует не только ценой товара или услуги, а основой упор делает на онлайн-репутации участников, как залог социальной и предпринимательской ответственности. Именно через механизмы онлайн-репутации происходит реализация базовой идеи шэринга – доверие и вера в ближнего своего.

Как уже указывалось, шэринговая экономика функционирует на базе интернет-технологий, привлекая субъектов открытостью, безбарьерностью, равностью. Субъекты шэрингового рынка имеет равные права и возможности, неся первоначальные затраты, связанные только с минимальной сервисной платой за вход. Функционирование субъектов осуществляется исключительно на бесплатной основе.

Онлайн-площадки (организаторы или администраторы) взымая плату за первоначальную регистрацию в дальнейшем дают возможность участниками работать абсолютно бесплатно. Механизмы монетизации таких площадок построены на возможности предоставлять участникам дополнительные услуги, которые зачастую не являются уникальными. К таким услугам можно отнести адресную рекламу, франчайзинг (работа продавцом под маркой самой интернет-площадки, однако с четким разделением сфер ответственности продавца и организатора), услуги доставки прочая. Важно отметить, что все эти услуги не являются обязательными и не ущемляют в значимой мере права и возможности участников.

При всей своей перспективности, на данном этапе своего существования шэринговая экономика работает по модели C2C, при чем зачастую ограничиваясь узким кругом семьи, друзей или знакомых. Организовать более глобальные каналы связи весьма затруднительно исключительно из-за базиса шэринга – доверия. Можно организовать аренду дрели соседу по кварталу, но заморачиваться арендой для человека из другого города? Да, накладные расходы конечно же возрастут, и потребитель может быть все также заинтересован, но как быть с вопросами обоюдной предпринимательской чистоплотности?

Как уже говорилось выше, в условиях шэринговой экономики коренным образом меняется роль государства и его институтов. Обычные функции уже не востребованы в предыдущем объеме, а бюрократические механизмы слишком неповоротливы дабы успевать за запросами. Именно поэтому приемлемым путем развития шэринговой экономики за рамки модели C2C является модель B2C или даже G2C. Так, территориальные органы власти уже сейчас внедряют механизмы шэринга в свою работу для обеспечения потребностей общества. В странах Европы возникают сети всегородских прокатов велосипедов – любой желающий может взять в аренду велосипед на необходимый срок на специально оборудованном паркинге, и по истечение срока аренды – вернуть на точно таком же паркинге. Важно отметить, что такие паркинги расположены возле любых значимых или популярных мест города. Горожане платят только за право пользования, никаких залогов или страховых взносов. Только доверие и уважение, как основной капитал. Именно местная община в лице своих представительских органов в состоянии решить вопрос обеспечения необходимого уровня доверия в обществе и контроля соблюдения обществом всех принципов шэринга.

Выводы.Таким образом мы можем констатировать, что шэринговая модель экономики представляет собой действенный механизм трансформации современных экономических моделей, обладает практическими механизмами реализации и развития из «экономики домохозяйств» в «экономику общин», предполагает коренное изменение роли онлайн-инструментов в их воздействии на устоявшиеся механизмы хозяйствования, а также вызывает коренное изменение роли государства.

Список использованных источников:

1.БотсманР., РоджерсР. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. – HarperBusiness, 2010

2.Гордейчик Е. Сообразить на двоих. Почему blablacar станет платным и как сервис усилит безопасность его пользователей // Электронный ресурс. – Режим доступа: https://focus.ua/money/358582/

3.Коган. Г. Разделен и сломлен // Электронный ресурс. – Режим доступа: https://lenta.ru/articles/2016/09/06/sharing/

4.Как шеринговая экономика меняет мир // Электронный ресурс. – Режим доступа: http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2016/09/5/603709/

5.Швед В. Викиномика как новая веха в управлении / В.В. Швед // Экономика Крыма. – 2011. – №1. – С. 234–237.

6.Швед В. Коворкинг: возможности и преграды / В.В. Швед // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – №4. // // Электронный ресурс. – Режим доступа:http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/230.pdf