**УДК 316.422**

***Сафарова Э. И.***

***аспирант 1 курса Института***

***социально-экономических***

***исследований, Россия, г. Уфа***

***ФГБНУ УФИЦ РАН***

**“SHARING” ЭКОНОМИКА КАК НОВАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СДВИГОВ**

Аннотация: В данной статье рассматривается экономика совместного потребления как новая экономическая модель. Описываются предпосылки ее появления, конкретные сферы применения и прогнозы на будущее. Перечислены основные моменты, на которых строится данная модель. Приведены недостатки и недоработки данной модели.

Ключевые слова: экономика совместного потребления, шэринг экономика, sharing модель, постиндустриализм.

Annotation: This article examines the economy of joint consumption as a new economic model. The prerequisites for its appearance, specific applications and forecasts for the future are described. The main points on which this model is built are listed. The shortcomings and disadvantages of this model are given.

Key words: access-based consumption, sharing economy, sharing model, postindustrialism.

На пороге становления постиндустриального общества, мы становимся свидетелями большого количества изменений. Одно из них – это появление новых экономических моделей, которые не просто функционируют иначе, но и меняют привычный образ жизни большого количества людей. Одной из таких моделей является так называемая «шеринг» экономика, пиринговая система, основанная на коллективном использовании товаров и услуг [1].

Синонимом XIX-XX веков было слово «дефицит». Индустриальный прорыв, заменивший ручной труд на механический, принес новое слово –«профицит» или «изобилие». На данный момент мы имеем все что угодно и в любом количестве (зависящем, конечно, от наших возможностей). Люди страдают большого количества выбора и становятся более аскетичны в своих привычках, так как большое количество ненужных вещей скорее мешает, чем помогает. Люди переходят на другие формы пользования, которые являются для них более выгодными. Именно поэтому так актуально изучить, что такое «шэринг» экономика, ее историю и тренды.

Само понятие совместного потребления не ново, его идея была заложена в основе коммунистического строя. Но популярным оно стало только в последние 3-4 года. Предпосылки для его развития начались еще около 20 лет назад и первый подготовительный период длился с 1998 до 2007 года. В это время появилась электронная система платежей E-bay, которая сделала привычным оплату онлайн [2]. Несомненно, это повлияло на всю интернет-торговлю, но если другие товары можно оплатить по факту курьеру, или лично в магазине – то платежи в секторе «шэринг» экономике чаще всего происходят онлайн.

Следующий этап длился с 2008 по 2013 год, и характеризуется как ранее зарождение. Его началом является глобальный финансовый кризис, который сильно поменял мнение людей о шеринге. В это время многие люди потеряли работу и были вынуждены искать новые способы заработка, а также способы сократить расходы на проживание. Многие люди продали свои машины, в то же время другие начали работать в такси. У части людей пропала возможность останавливаться в дорогих отелях во время путешествий и поездок, и как раз в это время появилась ныне всемирно-известная сеть AirBnb – где любой пользователь может предложить проживание в своем доме за определенную плату [3]. 10 лет назад казалось маловероятным, что, находясь в отпуске, люди будут останавливаться в чужих квартирах, они скорее бы предпочли отели. Но сегодня многие люди используют эту функцию.

На данный момент с 2014 года длится третий этап развития, и он считается переходным моментом. Модель проникает во все рынки: персонал, финансовые технологии, мобильные сервисы, оборудование, перепродажа, образовательные технологии, еда и пространственные сервисы.

Век назад смыслом работы было получение денег, смыслом иметь бизнес – получение еще большего количества денег. Но проблема в том, что в индустриализме вся деятельность была направлена на производство товаров для единоличного использования. Мы можем произвести одну/две/три/пять машин и купить столько же машин, но мы не может купить половину машины. В то же время есть большое количество людей, которым машина нужна – но не так часто. Они могут использовать ее только по выходным на несколько часов, и тогда получается, что большую часть времени машина просто простаивает. При этом платы за регистрацию, парковку, обслуживание остаются такими же, что делает владение машиной не самым выгодным средством вложения финансов. В качестве решения этой ситуации, появился такой сервис как каршеринг – где пользователи могут арендовать машину только на n-ное количество времени.

Осуществляется весь механизм с помощью специальных онлайн платформ, которые выступают местом встречи покупателя и продавца. Платформы решают вопрос доверия – с их помощью можно опознать обе стороны и принять решение о согласии. Также платформы выступают посредником в решении юридических и финансовых вопросов за небольшой сервисный сбор: например, покупатель не может воспользоваться услугой пока не внесет предоплату, а продавец не получит денег пока услуга не будет полностью оказана. При этом продавцом и покупателем не обязательно должно быть физическое лицо, им может быть и компания. Например, в преддверии большого праздника цветочная компания ожидает шквал заказов и для обслуживания нудно увеличить количество машин. Раньше компании пришлось бы купить недостающее количество машин, но был риск того, что в другое время машины будут простаивать. Либо компании пришлось бы отказаться от части заказов. Сейчас же компания может взять нужное количество машин на необходимое время, и заплатить только за него. Это поможет не нести потенциальных рисков простоя и сохранить всех клиентов. Также платформа помогает определить стоимость товара, чтобы не допустить излишне завышенной или заниженной цены.

Стоит отметить, что люди используют эту систему не потому, что это модно, а потому что это действительно удобно. Покупательские предпочтения меняются вместе со сменой поколений. Следующее после милленниалов поколение Z, оглядываясь на жизнь своих родителей и растущие цены – больше не уверено, что сможет достичь такого же уровня финансового благосостояния [4]. Налоги и цены растут с каждым днем, в том числе и цены на образование, а уровень заработных плат остается примерно таким же.

По прогнозам финансовых аналитиков, рынок компаний, работающих по этой модели, увеличится с 255 млрд долларов в 2013 году до 670 млрд к 2025 году.

Хотя основа для данной модели является программное обеспечение, это не только цифровая вещь. Она соединяет реальных людей в реальных местах. Данная модель уже успешно применяется в таких отраслях, как: финансы (краундфандинговые платформы), различные товары, еда, услуги, транспорт (каршеринг и такси), пространство (отели и парковочные места, боксы для хранения вещей).

Из недостатков, а точнее нерешенных вопросов на данный момент являются следующие аспекты:

1. Не регулируется и нет налогов. Например, компания зарегистрирована в России, а пользуются этой платформой по всему миру. Как именно должны платиться налоги?
2. Безопасность и качество. Очень сложно проверить эти два момента.
3. Дискриминация. Благодаря возможности идентифицировать обе стороны – появляется момент дискриминации.
4. Мошенничество. Не все платформы совершенны, в некоторых есть лазейки для мошенничества.

В заключении стоит отметить, что данная модель не только решает вопрос эффективного распределения финансовых средств, но и оптимизирует избыточный производственный потенциал, разблокировывает и открывает дополнительные возможности. Но открытие простой компании, работающей по этой системе – недостаточно для успеха. Необходимо, чтобы компания решала актуальную проблему, добавляла при этом ценности к решению и делала мир проще.

**Использованные источники:**

1. <https://postnauka.ru/faq/82383>
2. История культового аукциона eBay // Seoded.ru URL: http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/ebay.html
3. Бронируйте уникальное жилье и впечатления по всему миру. // Air Bnb URL: <https://www.airbnb.ru>
4. 5 характеристик поколения Z // Издательство «МИФ» URL: <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/2018/02/02/5-xarakteristik-pokoleniya-z/>

*Информация о себе: телефон, e-mail*

Сафарова Эмма Ильдаровна 8-987-62-62-472 [emma13689@gmail.com](mailto:emma13689@gmail.com)